RACCOLTA INTEGRATA DI ARTICOLI TRATTI DA MC microcomputer

INTERNET PER TUTTI

I segreti per navigare nel WEB e per costruire le proprie pagine

GRATIS
30 GIORNI DI NAVIGAZIONE
WORLD WIDE WEB
CON
MC-link

CD-ROM «click & surf»

- programma di autoconfigurazione PC/Mac per collegarsi e navigare subito
- Microsoft Internet Explorer 3.0 per Windows e Macintosh
- oltre 400 MB di programmi shareware

BIMESTRALE- ANNO III - MAGGIO / GIUGNO 1997 - N. 4 - L. 25.000

technimedia

Anno III - numero 4
maggio/giugno 1997

L. 25.000

Direttore Responsabile:
Marco Marinacci

Coordinamento:
Andrea de Prisco

Collaboratori:
Giuliano Boschi, Rino Nicotra, Sergio Pillon

Grafica e impaginazione:
Adriano Saltarelli

Grafica copertina:
Diana Santosuosso

Fotografia:
Dario Tassa

MC-digest è una pubblicazione
Technimedia
Via Carlo Perrier, 9
00157 Roma
Tel. 06/418921 (ric. automatica)
FAX 06/4515592
MC0100 su **MC-link**
e-mail: mc.microcomputer@mclink.it

MC-digest:
Registrazione del Tribunale di Roma
n. 440/95 del 23/08/95

Technimedia s.r.l.
Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

Composizione e fotolito:
Velox s.r.l.,
Via Tiburtina 196 - 00185 Roma

Stampa:
Grafiche P.F.G., Via Cancelleria, 62
00040 Ariccia (Roma)
Zona Industriale Nettunense

Allestimento:
Latergrafica, Via Einstein 12/14,
00016 Monterotondo Scalo (RM)

Distribuzione per l'Italia:
SO.DI.P. "Angelo Patuzzi" spa
Via Bettola 18,
20092 CINISELLO BALSAMO (MI)
telefono 02/660301 - telefax 02/66030320

1997 - Anno III
maggio/giugno n. 4 bimestrale

RACCOLTA INTEGRATA DI ARTICOLI TRATTI DA MCmicrocomputer

Gratis in Internet con MC-link

La rete delle reti è ora gratuitamente a tua disposizione, per trenta o sessanta giorni, con un semplice "clic".

SUBITO PER 30 GIORNI

Cavalca subito l'onda di MC-link con la fantastica offerta di MC-digest. Bastano pochi clic per installare con facilità il software di navigazione sul tuo computer e effetuare immediatamente il tuo primo collegamento da 94 città. All'interno della rivista è presente il tagliando con il codice provvisorio di abbonato a MC-link e la password di accesso, troverai più avanti le istruzioni per l'uso e l'installazione del software dal CD-ROM "Clic and Surf". I trenta giorni di navigazione gratuita partiranno al momento del primo collegamento. In questa fase sarai un "abbonato anonimo", pertanto è possibile la sola "navigazione". Questo significa che non puoi inviare e ricevere messaggi di posta elettronica (non hai una mailbox), hai la possibilità di eseguire download di file in FTP solo dai siti che consentono l'accesso a utenti anonimi (ad esempio la nostra area "Mirror"), non puoi eseguire connessioni via Telnet e neanche accedere alla BBS di MC-link. Puoi comunque accedere a tutte le pagine presenti su Internet, visionarne il contenuto e, dai *siti che* lo consentono, scaricare file e programmi. Per chi avesse bisogno di ulteriori indicazioni sulle procedure di accesso ai siti o di semplice supporto tecnico, può contare sul nostro servizio di "Help Desk" dalle 10.00 alle 20.00 dal lunedì al sabato al numero 06-41892434.

REGISTRATI e avrai altri 30 giorni gratis con la tua casella di posta elettronica

E DOPO I PRIMI 30 GIORNI? CARPE DIAL!

Conclusa la prima fase di prova gratuita, se sei interessato a rimanere in Internet hai due possibilità di scelta: richiedere altri trenta giorni di accesso, sempre gratis, ma questa volta con tutti i servizi attivi, compresa la posta elettronica; oppure sottoscrivere l'abbonamento annuale con lo sconto del 10% accordato a chi si abbona entro i primi trenta giorni di prova. Per ottenere l'ulteriore periodo di trenta giorni gratuiti è sufficiente utilizzare l'apposito modulo presente qui a destra, inserire i tuoi dati anagrafici, allegare la fotocopia di un documento d'identità e spedire il tutto all'indirizzo presente sul modulo stesso. Tempo 48 ore dalla data in cui riceveremo la documentazione sarai richiamato (non dimenticare di specificare un recapito telefonico), ti saranno assegnati un nuovo codice (di tipo definitivo), una nuova password e sarai così pronto per accedere a Internet nella cosiddetta forma "Full" (posta elettronica, Telnet, FTP, ecc...).
Per sottoscrivere l'abbonamento annuale puoi servirti dello stesso modulo, utilizzando l'apposito riquadro e procedendo come segue: effettua il versamento del canone sul numero di conto corrente postale specificato, oppure puoi scegliere il pagamento con carta di credito utilizzando l'apposito riquadro, allega la fotocopia di un documento d'identità e spedisci il tutto. Anche in questo caso sarai richiamato per l'assegnazione della nuova combinazione di codice e password che ti garantisce l'accesso completo ad Internet.
Anche chi ha utilizzato i secondi 30 giorni gratuiti ha la possibilità di sottoscrivere l'abbonamento annuale, naturalmente senza lo sconto extra ma comunque alla tariffa in corso riservata a chi effettua il rinnovo.

ABBONATI SUBITO un anno di Internet con il 10% di sconto

I CONTENUTI DEL CD-ROM

IL CD-ROM di MC-link, allegato alla rivista, contiene tutto il necessario per cominciare a navigare nelle acque di Internet:
. Il software e le utility per la connessione con MC-link e Internet;
. Il browser Internet Explorer nelle versioni per Windows 3.1, 95 e Macintosh;
. La collezione di programmi (circa 400 MB) di MC-link (cartella MC-prog);
. La Mega-FAQ con tutte le risposte alle domande più frequenti su MC-link, sulla telematica in generale ed Internet in particolare.;
. Il manuale di MC-link Classic edition per l'utilizzo di tutte le funzioni della BBS
. Vari file di testo con il dettaglio di tutte le procedure d'installazione per i diversi sistemi operativi.

Richiesta di abbonamento alla rivista telematica MC-link

con gateway verso Internet

Compilare e spedire a: Technimedia S.r.l • via Carlo Perrier, 9 • 00157 • Roma • CCIAA n. 477181 • C.F. 05049330581 • P.I. 01347381004

Importante!	Trascrivere il **codice provvisorio** (che si trova insieme alla password all'interno della rivista) nella casella qui a destra. Per vostra sicurezza, il codice provvisorio dovrà essere utilizzato per ogni comunicazione con la segreteria abbonati.	Codice Provvisorio

Il sottoscritto

(Il presente accordo può essere sottoscritto solo da persone di maggiore età - Nel caso di richiesta da parte di persona giuridica, indicare i dati anagrafici del legale rappresentante)

Cognome			Nome		
Nato a		Prov.	Data	Cod. fiscale	
Residente a: indirizzo	CAP	Città		Prov.	Telefono
Documento di identità: tipo		Numero	Rilasciato da		In data

Allegare ***fotocopia del documento*** *sopra indicato*

Se il proponente è persona giuridica compilare anche la tabella successiva e allegare copia del certificato di vigenza del legale rappresentante

Ragione sociale		Telefono		Fax
Indirizzo - Via e numero civico		CAP	Città	Prov.
Partita IVA	Codice Fiscale		CCIAA	

Chiede

1 O La piena abilitazione full Internet (E-mail, FTP, News e Forum) per 30 giorni ad MC-link (1)		**Gratuito**
2 O La piena abilitazione full Internet (E-mail, FTP, News e Forum) per 12 mesi con lo sconto del 10% sul prezzo del listino vigente **(prezzo di listino bloccato a Lire 216.000 fino al 30 giugno 1997)** (2)		**Lit. 194.400** (IVA inclusa) fino al 30 giugno 1997
3 O Attivazione ALIAS E-mail (opzionale) *Es.: m.rossi@mclink.it*	Alias richiesto: (3)	**Lit. 40.000** (IVA inclusa)

(1) L'abbonamento ad MC-link comprende l'accesso alle rubriche telematiche, alla biblioteca di programmi di pubblico dominio e shareware, alle funzioni di posta elettronica ed un gateway verso Internet.

(2) A chi rinnova dopo il 30 giugno 1997 verrà comunque riservato lo sconto del 10% sul prezzo di listino in vigore. Modalità e condizioni sono disponibili sulla pagina www.mclink.it/info/rinnovokit.htm.

(3) La scelta dell'alias è subordinata all'accettazione di MC-link ed in ogni caso dovrà essere composto da un massimo di 14 caratteri.

Modalità di pagamento (relativa ai soli punti 2 e 3)

O Carta di credito — Emittente .... Numero .... Scadenza: ...../..... Intestata a: ....

Firma per l'autorizzazione al pagamento mediante la carta di credito sopra specificata degli importi evidenziati su ogni fattura emessa a fronte della presente richiesta

O Contanti presso gli uffici Technimedia di Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

O Assegno di conto corrente bancario intestato a Technimedia S.r.l. allegato al presente modulo

O Bonifico bancario sul ns. conto n. 17.030.312 c/o Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza, filiale 544 Sede di Roma, Codice ABI 06230 - codice CAB 03200 - allegare copia della disposizione

O Versamento sul Conto Corrente postale n. 14414007 intestato a "Technimedia S.r.l.", indicando la causale: "rinnovo annuale MC-link"

O Vaglia postale intestato a "Technimedia S.r.l." - via Carlo Perrier, 9 - 00157 - Roma, indicando la causale: "rinnovo annuale MC-link"

Condizioni generali di abbonamento

1. Definizioni

Nel testo della presente proposta e delle seguenti condizioni, che ne sono parte integrante ed essenziale, il termine "editore" indica la Technimedia S.r.l. e il termine "abbonato" indica la persona fisica o giuridica che richiede l'abbonamento.

2. Oggetto della proposta

a) Oggetto della presente proposta è la sottoscrizione di un abbonamento alla rivista telematica MC-link, edita e distribuita da Technimedia S.r.l. attraverso la rete telefonica pubblica commutata e altre reti telematiche di terze parti.
b) Le modalità tecniche dell'accesso sono indicate dall'editore con annunci stampati e/o telematici.

3. Attivazione e decorrenza

a) La presente proposta ha valore di contratto di abbonamento dopo l'accettazione da parte dell'editore, ovvero con la piena attivazione dell'abbonamento.
b) Per ottenere la piena attivazione dell'abbonamento il richiedente deve seguire la procedura di attivazione indicata dall'editore. L'attivazione avviene, salvo difficoltà tecniche, entro il giorno lavorativo successivo a quello del ricevimento della richiesta.
c) Ai sensi dell'art.1327 c.c. le parti convengono che il primo collegamento effettuato dall'abbonato utilizzando la password costituisce "inizio di esecuzione".

4. Obbligazioni a carico dell'editore

a) L'editore si obbliga a rendere disponibile l'accesso alla rivista con continuità per tutta la durata dell' accordo, salvo problemi tecnici, cause di forza maggiore, ragioni di sicurezza o disposizioni delle Autorità.
b) L'editore assegna all'abbonato un identificativo di accesso pubblico (codice abbonato) e una chiave di accesso privata (password).
c) L'editore custodisce le password degli abbonati in forma cifrata.
d) L'editore consente l'accesso a MC-link solo ed esclusivamente dietro identificazione certa dell'utente o comunque del responsabile di una determinata password.
e) Il contenuto delle caselle postali (mailbox e filebox) è riservato e può essere messo a disposizione solo dell'Autorità giudiziaria in forza di uno specifico provvedimento di quest'ultima. Questa garanzia non si applica ai dati e alla corrispondenza in entrata e uscita sulla rete Internet, a causa delle caratteristiche tecniche insite nella stessa.

5. Crittografia

L'abbonato può, se lo ritiene opportuno, adottare metodi di cifratura della propria corrispondenza, senza comunicare all'editore il programma impiegato e/o la chiave necessaria alla decifratura.

6. Dati personali

Le informazioni personali fornite nella presente proposta restano riservate ai sensi delle vigenti leggi. L'editore pubblica in rete solo l'elenco dei nominativi degli abbonati, i codici abbonato, l'indirizzo di posta elettronica, i codici IP temporaneamente assegnati ed i luoghi di residenza.

7. Controllo dei contenuti

L'editore dichiara espressamente di non essere in grado di esercitare alcuna forma di controllo o censura sui contenuti delle aree pubbliche e sulla corrispondenza pubblica o privata dell'abbonato.

8. Obbligazioni a carico dell'abbonato

a) Il diritto di consultazione della rivista e l'impiego delle funzioni accessorie è personale e non cedibile; l'abbonato si obbliga espressamente a non consentirli a terze persone, a non cedere a terzi i propri dati identificativi, a non effettuare più collegamenti contemporanei, a non utilizzare procedure di raccolta di più utenti su un unico collegamento, pena l'immediata risoluzione dell'abbonamento e il pagamento degli eventuali danni.
b) L'abbonato si obbliga a mantenere assolutamente riservata la sua password ed è responsabile del suo uso e di qualunque informazione venga immessa con l'uso della stessa.
c) In caso di perdita della password, o quando l'abbonato ritenga che essa sia in qualsiasi modo venuta a conoscenza di terzi, è obbligato a cambiarla immediatamente con la procedura descritta su MC-link e sul manuale d'uso e a darne senza ritardo notizia all'editore. Le responsabilità per usi indebiti della password rimangono a carico dell'abbonato fino al ricevimento dell'informazione da parte dell'editore. La password può essere cambiata dall'editore anche su semplice richiesta telefonica da parte dell'abbonato, a condizione che quest'ultimo si qualifichi con le proprie generalità e il codice assegnatogli provvisoriamente riportato sulla presente proposta. In ogni caso l'abbonato è l'unico responsabile del contenuto dei messaggi e dati che invia o riceve, sia privatamente che in aree pubbliche, presenti indifferentemente sul server dell'editore o su quelli di terzi.
d) L'abbonato è tenuto a comunicare tempestivamente ogni variazione a quanto reso noto all'atto della sottoscrizione dell'abbonamento (con particolare riferimento alla residenza).
e) L'abbonato conviene espressamente che la consultazione della rivista e l'uso delle funzioni connesse sono esclusivamente a proprio rischio.
f) L'abbonato conviene che è vietato servirsi o dar modo ad altri di servirsi di MC-link per corrispondenza contro la morale e l'ordine pubblico, o con lo scopo di recare molestia alla quiete pubblica o privata, di recare offesa o danno diretto o indiretto a chicchessia, di violare la segretezza dei messaggi privati, di accedere abusivamente e/o fraudolentemente a sistemi informatici o telematici, di contravvenire o far contravvenire alle vigenti leggi dello stato italiano o di qualunque altro stato.

9. Pagamenti

L'abbonato paga integralmente l'abbonamento all'atto della sottoscrizione della richiesta, e si fa carico di tutti gli altri costi ulteriori ed eventuali relativi alla fruizione dell'abbonamento, con espressa inclusione delle spese telefoniche e/o di connessione.

10. Diritti d'autore

a) L'abbonato mantiene i diritti riconosciuti dalla legge sui testi immessi in rete. Riconosce tuttavia all'editore il diritto di utilizzare gratuitamente in tutto o in parte e in qualsiasi forma i testi stessi, accompagnati dalla citazione del nome dell'autore, in pubblicazioni di carattere tecnico, scientifico o antologico.
b) L'abbonato è responsabile di qualsiasi violazione di diritti di terzi sui testi immessi in MC-link o su altri server attraverso MC-link.
c) La riproduzione in forma cartacea o elettronica dei testi di proprietà dell'editore è consentita all'abbonato esclusivamente per il proprio uso personale. Ogni altra utilizzazione deve essere espressamente autorizzata dall'editore stesso.

11. Recesso

L'editore si riserva il diritto di variare unilateralmente, in qualunque momento e senza preavviso, sia le tariffe che i termini e le condizioni del presente accordo; l'abbonato dissenziente avrà, per contro, il diritto di recedere dall'abbonamento entro 30 (trenta) giorni dal momento in cui avrà avuto notizia dell'avvenuta variazione; in questo caso avrà diritto al rimborso del corrispettivo del periodo di abbonamento del quale non abbia eventualmente usufruito.

12. Durata e rinnovazione tacita

a) La durata dell'abbonamento è mensile e decorre dal giorno del primo collegamento; qualora venga richiesto il primo rinnovo annuale l'abbonamento si intende tacitamente rinnovato annualmente se non interviene disdetta da parte dell'abbonato via telefax o lettera raccomandata almeno 30 giorni prima della scadenza.
b) L'abbonamento viene rinnovato nelle forme previste dalle presenti Condizioni, salvo quanto stabilito al punto 11.

13. Risoluzione di diritto da parte dell'editore

Il presente accordo si risolve di diritto nei seguenti casi:
a) Mancato o ritardato pagamento dell'abbonamento o di quanto dovuto per altre cause.
b) Inosservanza da parte dell'abbonato delle regole di comportamento normalmente adottate nei servizi telematici o delle disposizioni tecniche o di comportamento comunicate dall'editore stesso.
c) L'editore comunicherà la risoluzione dell'accordo mediante lettera raccomandata a.r.
d) Il presente accordo si intende risolto di diritto anche nei casi contemplati ai punti 8a, 8d, 8f che espressamente si richiamano.

14. Diritti e facoltà dell'editore

a) L'editore non garantisce l'idoneità dell'infrastruttura di distribuzione ad alcuna funzione specifica, diversa dalla fruizione della rivista.
b) L'editore si riserva il diritto di modificare la funzionalità di MC-link e/o di sopprimere od archiviare, in tutto o in parte, qualunque dato, programma, o informazione presente negli archivi. Sono espressamente escluse tutte ed ogni forma di garanzia esplicita o implicita nella misura in cui non contrastino con norme di legge vigenti.
c) L'editore non può essere ritenuto responsabile per qualsivoglia danno derivante dall'abbonamento, o dalla sua interruzione, ove non direttamente a lui imputabile per dolo o colpa grave.
d) Le disposizioni del presente articolo permangono valide anche dopo la cessazione degli effetti dell'abbonamento per scadenza dei termini, risoluzione o rescissione dello stesso.
e) E' espressamente esclusa ogni responsabilità dell'editore per l'utilizzo non autorizzato da parte di terzi dei testi immessi dall'abbonato.

15. Comunicazioni

a) Le comunicazioni ordinarie tra l'abbonato e l'editore possono avvenire, a loro discrezione, oltre che con le forme usuali, attraverso la posta elettronica (e-mail), con espressa esclusione dei casi di recesso e/o risoluzione.
b) Le parti convengono inoltre di attribuire valore di piena prova dei rapporti intercorsi reciprocamente alle registrazioni automatiche (log) delle connessioni.
c) Ogni comunicazione dovrà pervenire esclusivamente alla sede dell'editore.

16. Legge applicabile e Foro competente

a) Le presenti condizioni generali e i singoli contratti sono soggetti solo alla legge italiana.
b) Per ogni controversia è competente esclusivamente il Foro di Roma.
c) Per quanto non specificamente previsto si rinvia a quanto stabilito dal codice civile ed alla normativa vigente.

(Codice Provvisorio): .... Data ....

Firma per l'accettazione
(e timbro se persona giuridica) ....

Ai sensi e per gli effetti degli articoli 1341 e 1342 cc, dichiaro di avere preso esatta visione e di accettare integralmente e in ogni singola parte le clausole di cui ai numeri 8a (Risoluzione per abuso dell'abbonamento), 8d (Risoluzione per mancata comunicazione di variazioni anagrafiche), 8f (Risoluzione per molestie o reati contro la persona o il patrimonio o violazione di leggi), 10a (Cessione dei diritti d'autore), 11 (Recesso), 12 (Durata e rinnovazione tacita), 13a, b, c, e d (Risoluzione di diritto da parte dell'editore), 14c ed e (Limitazioni di responsabilità), 15c (Luogo delle comunicazioni), 16a, b e c (Legge applicabile e Foro competente).

(Codice Provvisorio): .... Data ....

Firma per l'accettazione
(e timbro se persona giuridica) ....

PROCEDURE DI INSTALLAZIONE

Windows 95

Requisiti di sistema

L'installazione del pacchetto completo occupa mediamente 18 Mbyte di spazio sul disco rigido, è comunque opportuno che almeno 35 Mbyte siano disponibili per evitare che i vari file di servizio saturino l'intero disco. Sono indispensabili 8 Mb di Ram anche se 16 Mb sono fortemente consigliati.

Procedura di installazione

Inserito il CD-ROM appare automaticamente un menu da cui con il pulsante "Istruzioni per l'installazione" si attiva il file di testo "leggi95.doc" (**è consigliabile stamparlo e leggerlo attentamente prima di procedere**) con tutte le istruzioni complete qui di seguito riassunte.

1 - Accertarsi che nessuna applicazione sia attiva e si tengano a portata di mano i dischetti o il CD-ROM di Windows95 (potrebbero essere richiesti durante l'installazione).

2 - Cliccare su Avvio/Esegui e digitare D:\WIN95_NT\ITA\MSIE30.EXE quindi cliccare su OK. La procedura d'installazione richiederà l'accettazione delle condizioni d'uso del programma: fate clic su Sì.

3 - Una finestra di dialogo chiederà se si vogliono selezionare i componenti da installare, cliccare su NO, attraverso diverse finestre di dialogo (è necessario rispondere affermativamente o seguirne le istruzioni), la procedura installerà automaticamente tutto il pacchetto Microsoft. Si arriva così alla richiesta di Riavvio del computer, cliccare su Sì.

3 - Al riavvio appare la finestra d'individuazione del tipo di modem installato (assicurarsi che sia ACCESO e COLLEGATO). Cliccare su Avanti per iniziare il processo di rilevamento. Quando il modem sarà rilevato (verificare che corrisponda al modello posseduto altrimenti consultare le istruzioni del file "leggi 95.doc") cliccare su Avanti e Fine.

4 - Riavviare il computer cliccando su OK. Al riavvio verrà presentata una pagina con tutti i nodi di collegamento. Cliccare (con un singolo clic) sul nome della città alla quale volete collegarvi.

5 - Doppio clic sull'icona "Internet" posizionata sul desktop, si attiverà la finestra di connessione in cui bisogna digitare il Nome Utente e la Password. Per nome utente in questo caso non si intende il vostro vero nome (Mario Rossi, ad esempio), ma il codice utente (cp0010 ad esempio, che trovate sul tagliando allegato alla rivista).

6 - Cliccare su Connetti, si attiverà Internet Explorer che accederà alla Home Page di MC-link, pronti per la prima uscita in surf su Internet.

Utilizzando il CD-ROM con Windows 95, il sistema operativo visualizza automaticamente la prima finestra di dialogo della procedura d'installazione. E' possibile accedere ai 400 Mb di programmi shareware contenuti nel disco e consultare le istruzioni prima di eseguire l'installazione.

Alla fine della procedura d'installazione, dopo il riavvio del computer, sarà visualizzata la pagina contenente i nodi ai quali è possibile collegarsi. Per installare la procedura automatizzata, basta cliccare sulla città preferita.

Per la configurazione e l'uso di Internet Mail and News, il programma di gestione della posta elettronica e di lettura delle news, consultate il file "leggi 95.doc".

Windows 3.1

Requisiti di sistema

L'installazione del pacchetto completo occupa mediamente 15 Mbyte di spazio sul disco rigido, è comunque opportuno che almeno 30 Mbyte siano liberi per evitare che i vari file di servizio saturino l'intero disco. Sono indispensabili 8 Mb di Ram anche se 16 Mb sono fortemente consigliati.

Procedura di installazione

Da File Manager selezionare la directory \WIN31 e cliccare sul file leggi31.wri (**è consigliabile stamparlo e leggerlo attentamente prima di procedere**) con tutte le istruzioni complete qui di seguito riassunte.

1 - Accertarsi che nessuna applicazione sia attiva, creare una directory temporanea sul disco rigido e copiare dentro il file IEW31.EXE (ad es.: File/Copia, da: D:\WIN31\ITA\IEW31.EXE a: C:\TEMP).

2 - Dal File Manager fare un doppio clic sul file in C:\TEMP (IEW31.EXE) per avviare la fase di scompattazione.

3 - Aggiornare la finestra di C:\TEMP premendo il tasto F5, appaiono i nomi di numerosi file, cliccare su SETUP.EXE e seguire le istruzioni (è necessario rispondere affermativamente ad alcune finestre di dialogo o seguirne le istruzioni). La procedura prosegue automaticamente installando tutto il pacchetto Microsoft.

4 - Di seguito all'installazione, appare la finestra di rilevazione del modem, assicurarsi che sia ACCESO e COLLEGATO, cliccare su Avanti. Al termine del processo di individuazione, cliccare ancora su Avanti.

5 - Nella nuova finestra selezionare ITALIA (Località di chiamata), indicare il prefisso telefonico (Indicativo località) e, se si chiama attraverso un centralino, anche il numero per ottenere la linea esterna (generalmente 0 oppure 9) nell'ultimo riquadro. Indicare se si vuole formare il numero a Toni o Impulsi (in caso di dubbi, cliccare su Impulsi). Cliccare su OK e poi su Fine. Riavvare il computer cliccan-

ELENCO NAZIONALE DEI NODI DI ACCESSO A MC-link

Agrigento	(0922) 605781	14.4
Alessandria	(0131) 41489	28.8
Ancona	(071) 53726	28.8
Aosta	(0165) 32027	28.8
Arezzo	(0575) 302564	14.4
Ascoli Piceno	(0736) 257319	14.4
Asti	(0141) 352564	28.8
Avellino	(0825) 25449	14.4
Bari	(080) 5210643	28.8
Belluno	(0437) 930113	28.8
Benevento	(0824) 523182	28.8
Bergamo	(035) 210351	28.8
Bologna	(051) 220035	28.8
Bolzano	(0471) 971250	28.8
Brescia	(030) 2400000	28.8
Brindisi	(0831) 222215	14.4
Cagliari	(070) 658501	28.8
Caltanissetta	(0934) 21288	28.8
Campobasso	(0874) 90658	28.8
Caserta	(0823) 322514	28.8
Catania	(095) 310330	28.8
Catanzaro	(0961) 701160	28.8
Chieti	(0871) 63200	28.8
Como	(031) 300113	28.8
Cosenza	(0984) 21123	28.8
Cremona	(0372) 30657	28.8
Cuneo	(0171) 65796	28.8
Ferrara	(0532) 760183	14.4
Firenze	(055) 5001111	33.6
Foggia	(0881) 708157	28.8
Forlì	(0543) 32549	28.8
Frosinone	(0775) 212237	28.8
Genova	(010) 585044	28.8
Gorizia	(0481) 81189	14.4
Grosseto	(0564) 410725	28.8
Imperia	(0183) 296566	14.4
Isernia	(0865) 413605	14.4
La Spezia	(0187) 22818	14.4
L'Aquila	(0862) 25410	28.8
Latina	(0773) 605382	14.4
Lecce	(0832) 240019	28.8
Livorno	(0586) 880422	28.8
Lucca	(0583) 419569	28.8
Macerata	(0733) 230416	28.8
Mantova	(0376) 229263	14.4
Marsala	(0923) 711056	14.4
Massa Carrara	(0585) 777460	14.4
Matera	(0835) 261290	14.4
Messina	(090) 2936180	28.8
Milano	(02) 416548	33.6
Modena	(059) 343239	28.8
Napoli	(081) 419315	33.6
Novara	(0321) 32695	28.8
Nuoro	(0784) 30245	14.4
Oristano	(0783) 70417	14.4
Padova	(049) 655333	28.8
Palermo	(091) 321446	28.8
Parma	(0521) 200097	28.8
Pavia	(0382) 20024	28.8
Perugia	(075) 5057536	28.8
Pesaro	(0721) 30157	14.4
Pescara	(085) 27255	28.8
Piacenza	(0523) 337958	28.8
Pisa	(050) 21183	28.8
Pistoia	(0573) 934995	14.4
Pordenone	(0434) 20340	28.8
Potenza	(0971) 53113	28.8
Prato	(0574) 562174	28.8
Ragusa	(0932) 682600	14.4
Ravenna	(0544) 30202	28.8
Reggio Calabr.	(0965) 21102	14.4
Reggio Emilia	(0522) 454903	28.8
Rieti	(0746) 202397	28.8
Roma	(06) 4513900	33.6
Roma	(06) 4501515	33.6
Roma	(06) 41739900	33.6
Rovigo	(0425) 31200	14.4
Salerno	(089) 223140	28.8
Sassari	(079) 200026	28.8
Savona	(019) 848108	28.8
Siena	(0577) 41808	28.8
Siracusa	(0931) 21004	14.4
Sondrio	(0342) 210805	14.4
Taranto	(099) 4530352	28.8
Teramo	(0861) 245062	14.4
Terni	(0744) 400463	28.8
Torino	(011) 835010	28.8
Trento	(0461) 983381	14.4
Treviso	(0422) 545355	28.8
Trieste	(040) 280265	28.8
Udine	(0432) 21068	28.8
Varese	(0332) 240037	14.4
Venezia	(041) 971004	28.8
Vercelli	(0161) 212796	14.4
Verona	(045) 8010264	28.8
Vicenza	(0444) 320448	28.8
Viterbo	(0761) 228128	28.8

L'installazione inserirà automaticamente il numero di telefono del nodo da chiamare di cui diamo l'elenco completo in questo riquadro.

do su Sì.

6 - Al riavvio verrà presentata una pagina con tutti i nodi di collegamento, cliccare (con un singolo clic) sulla città più comoda e si avvia il processo di creazione dell'icona di chiamata, cliccare su OK. Concludete cliccando di nuovo su OK.

7 - Dopo il riavvio del computer si avrà a disposizione sotto Windows il gruppo Microsoft Internet Explorer, cliccare sull'icona "Internet Explorer".

8 - Con un doppio clic sull'icona di Internet Explorer si attiva la finestra di chiamata in cui si devono digitare il "Nome Utente" e la "Password". Per nome utente in questo caso non si intende il vostro vero nome (Mario Rossi, ad esempio), ma il codice utente (cp0010, ad esempio, presente sul tagliando allegato alla rivista). E' possibile che la formazione del prefisso del numero da chiamare non sia disabilitata. In questo caso un avviso automatico della Telecom avviserà di non utilizzare il prefisso. Per inibire il prefisso cliccare sul pulsante "Proprietà di Connessione" e qui sul quadratino "Componi utilizzando indicativo di località".

11 - Cliccare su Connetti, si attiverà Internet Explorer sulla Home Page di MC-link, pronti per la prima uscita in surf su Internet.

Per la configurazione e l'uso di Internet Mail and News, il programma di gestione della posta elettronica e di lettura delle news, consultate il file "leggi31.wri".

Macintosh

Requisiti di sistema

Il sistema minimo per utilizzare i servizi Internet è il 7.0. Alcuni software di gestione Fax sono incompatibili con le estensioni che gestiscono il TCP/IP e se ne consiglia la disabilitazione.

Tutto il set di programmi di navigazione occupa poco più di 20 MB di spazio sul disco. A questi vanno aggiunti i 5 Mb della cash di Internet Explorer. Sono indispensabili 8 Mb di Ram libera anche se 12 Mb sono fortemente consigliati.

Procedura di installazione

Inserito il CD nel lettore, all'interno della cartella "MAC" si trovano i file "Istruzioni Clic and Surf" (**si consiglia vivamente di stamparlo e leggerlo prima di procedere all'installazione**) e "Configurazioni e suggerimenti" dove è possibile trovare altri utili approfondimenti.

In ambiente Macintosh le variabili di configurazioni hardware/software sono molte, quindi di seguito riassumiamo le procedure per un'installazione standard. Nel caso di problemi d'incompatibilità con il vostro sistema nel file "Istruzioni Clic and Surf" è presente un paragrafo "Soluzioni alternative ad incompatibilità software e hardware".

1 - Dalla cartella "Installazione", fare doppio clic su "Installazione Network". Durante l'installazione si dovrà scegliere tra Installazione base (per tutte le configurazioni senza Open Transport) e Installazione per utenti Open Transport (per chi ha installato nel proprio computer Open Transport).

2 - Al termine dell'installazione si aprirà la finestra "Internet Preferences", se il servizio di posta elettronica è già stato abilitato (cioè avete inviato la documentazione) consultare il file "Istruzioni Clic and Surf" al paragrafo "Note sulla gestione della posta e la lettura delle news", altrimenti chiudere la finestra "Internet Preferences" e proseguire.

3 - Nella cartella Installazione si trova "Installazione Mail", fare doppio clic e rispondete affermativamente a tutte le finestre di dialogo.

4 - Installare ora Internet Explorer con un doppio clic su "Installazione Explorer" e rispondere affermativamente a tutte le finestre di dialogo (nel caso di un Macintosh 680X0 potrebbe non essere eseguita automaticamente tutta l'installazione, fare doppio clic sull'icona "Explorer 2.1 It Fat Installer" che è presente nella cartella "Microsoft Installer Folder"). Se si dispone di un PowerPC il Macintosh si riavvierà automaticamente, nel caso di Macintosh con processore 680X0 sarà necessario riavviare manualmente.

5 - Dopo il riavvio attivare "FreePPP Setup" dal "Pannello di Controllo". Scegliere dal menu a tendina la città a cui ci si vuole collegare. Per inserire il prefisso o eventuali numeri necessari per uscire da un centralino passante, cliccare sulla linguetta accounts e poi su edit.

7 - Verificato che il modem sia ACCESO e COLLEGATO alla linea telefonica, da "FreePPP Setup" cliccare su Connect, dopo qualche istante vi verranno richiesti Codice Abbonato e Password (presente sul tagliando allegato alla rivista). Quando l'icona del mondo in alto a sinistra comincerà a ruotare, la connessione a Internet sarà operativa.

8 - Dalla cartella "Microsoft Internet Application" lanciare "Internet Explorer" (rispondere Sì alla eventuale richiesta di utilizzare Internet Config) per accedere direttamente alla home page di MC-link, pronti per la prima uscita in surf su Internet.

Per la configurazione e l'uso di Internet Mail and News, il programma di gestione della posta elettronica e di lettura delle news, consultare il paragrafo "Note sulla gestione della posta e la lettura delle news" nel file "Istruzioni Clic and Surf".

chi siamo e cosa facciamo

UN PO' DI STORIA

Nel 1986, dalla lunga esperienza informatica della Technimedia, nasce MC-link: la prima rivista telematica interattiva italiana. Un ambiente che si arricchisce, giorno dopo giorno, di servizi, aree di discussione, rubriche sui temi più disparati, scelti e realizzati con i contributi dei lettori. Proprio questi contributi analizzati e, se necessario, filtrati dai moderatori e dal direttore, rappresentano il plus di MC-link, che si rivela una rivista dinamicamente viva come un organismo in evoluzione.

Dal 1992 MC-link è interconnessa a Internet e già nel 1993 diventa Internet Provider (uno dei primi in Italia) offrendo ai suoi abbonati, oltre all'esclusiva rivista telematica, anche un accesso completo a Internet: WWW, posta elettronica, FTP, Telnet, News, Gopher.

Oggi tutte le funzioni di MC-link sono accessibili utilizzando sia l'interfaccia grafica (World Wide Web) sia la tradizionale interfaccia a caratteri (MC-link classic edition), tuttora molto pratica per la consultazione di news group, per la gestione della posta elettronica anche da un piccolo "personal assistant" collegato a un telefono cellulare e per l'accesso alle aree programmi.

LA RETE DI MC-LINK

Gli abbonati a MC-link possono accedere ai suoi servizi da 94 città italiane e, con un supplemento orario, da 1200 concentratori della rete internazionale Concert, distribuiti in 115 paesi nel mondo.

La connessione a MC-link e la fluidità di navigazione sono garantite da un continuo sviluppo della rete: crescita delle porte modem (oltre 500 di cui 430 a 33.600 bps), aumento della connettività verso Internet e accordi di connessione diretta con i più importanti provider nazionali. Inoltre, da Roma, Milano, Napoli e Firenze è possibile collegarsi in ISDN a condizioni vantaggiose.

I CONTENUTI

MC-link da sempre ha puntato oltre che sulla connettività con la rete delle reti anche sulle prestazioni aggiuntive che una pubblicazione telematica deve garantire:

- FORUM - 250 rubriche ed Aree Conferenze riservate ai suoi abbonati.
- PROGRAMMI - migliaia di programmi e i mirror dei principali siti FTP (File Transfer Protocol) del mondo.
- MEGA-FAQ - raccolta di documenti con tutte le risposte ai problemi di configurazione e di utilizzo di MC-link e Internet.
- WHAT'S NEW - le principali novità pubblicate sul server Web di MC-link.
- VETRINA - le pagine Web gestite dai moderatori delle principali rubriche di MC-link.
- HOT-LINKS - link scelti dalla redazione di MC-link: cultura, arte, informazione.

FUNZIONI PRINCIPALI

- NAVIGAZIONE WWW - per visitare e acquisire informazioni su oltre tre milioni di server distribuiti nel mondo.
- E-MAIL - un recapito di posta elettronica la cui riservatezza è garantita da un sofisticato sistema di crittografia.
- NEWS - non sono le "notizie" tradizionali fornite dai mass-media ma la forma di comunicazione diretta tra individui con interessi comuni. Le news sono migliaia e raggruppate per argomento.
- TELNET - è un sistema di connessione a server remoti e con MC-link può essere utilizzato per collegarsi in modalità a carattere mentre si utilizza il browser Web.
- IRC - acronimo che sta per Internet Relay Chat. E' la conversazione telematica tra abbonati che può avvenire tra molti o più semplicemente tra due , con la possibilità di creare aree ad accesso controllato da password.
- FTP - acronimo di File Transfer Protocol o protocollo di trasferimento dei file. Si tratta di un sistema che consente di trasferire dei file da un sito remoto alla propria macchina o viceversa.
- SERVIZI AGLI ABBONATI - cambio password, scheda anagrafica, riepilogo dei collegamenti, novità sul servizio.
- CLASSIC EDITION - è la versione a caratteri di MC-link in cui sono disponibili i contenuti e le funzioni compresa la gestione di posta elettronica e la rivista telematica. Molto pratica per chi si connette, ad esempio, con organizer collegati con un telefono cellulare.
- VASCHETTA – ogni abbonato a MC-link dispone di una directory temporanea definita "Vaschetta", in questo spazio, raggiungibile anche in FTP, è possibile "parcheggiare temporaneamente" file da trasferire in un secondo momento.

GLI ALTRI SERVIZI

MC-Web

Il modo più semplice, potente e conveniente per creare, aggiornare e pubblicare pagine Web sulla rete Internet.

Le pagine di MC-Web sono divise in tre categorie: Personal (non commerciali, riservate agli abbonati di MC-link); Commercial (commerciali, occupazione disco e volumi di traffico medi); Enterprise (commerciali, occupazione disco e volumi di traffico elevati).

Per la creazione delle proprie pagine non ci sono limitazioni nel numero e nella struttura ed è possibile utilizzare le più avanzate tecniche come l'uso di image-map, form, motori di ricerca, gestione di data base e inserimento di password personalizzate. MC-Web è in grado di fornire statistiche sugli accessi ai singoli file fornendo anche i domini di provenienza.

MC-Web NT

E' un servizio di housing di spazi Web che si rivolge ad un pubblico professionale. Oltre ad essere comprensivo della distribuzione tramite dominio personalizzato (www.nome cliente.it), opzione che facilita il reperimento del sito sulla rete, questa soluzione offre all'utente la piena compatibilità con FrontPage, l'applicazione della Microsoft per la gestione del proprio spazio Web. Grazie a questa interfaccia l'utente può realizzare e modificare presso la propria sede le pagine Web (senza digitare codici HTLM) e una volta in linea effettuare automaticamente l'aggiornamento di tutti i file del sito. Inoltre è possibile scrivere le proprie CGI, gestire direttamente qualsiasi database (Acces e SQL), quale sia l'applicazione con cui è stato costruito, e usufruire di un motore di ricerca personalizzato per il proprio sito.

MC-link NET

Con questo servizio orientato alle esigenze delle aziende e dei professionisti è possibile attivare degli accessi diretti alla rete Internet tramite linee dedicate (CDF e CDN) o dare in housing il proprio server. I servizi comprendono:

- Accesso Internet via Rete Telefonica Commutata o ISDN con IP assegnato permanentemente.
- Accesso Internet per server e piccole reti locali con circuiti diretti analogici con CDF (Circuiti Diretti Fonia).
- Accesso Internet per server e reti locali di medie e grandi dimensioni con CDN (Circuiti Diretti Numerici).
- Housing di server Internet e Intranet.

MC

MC-WEB
La vostra immagine su Internet

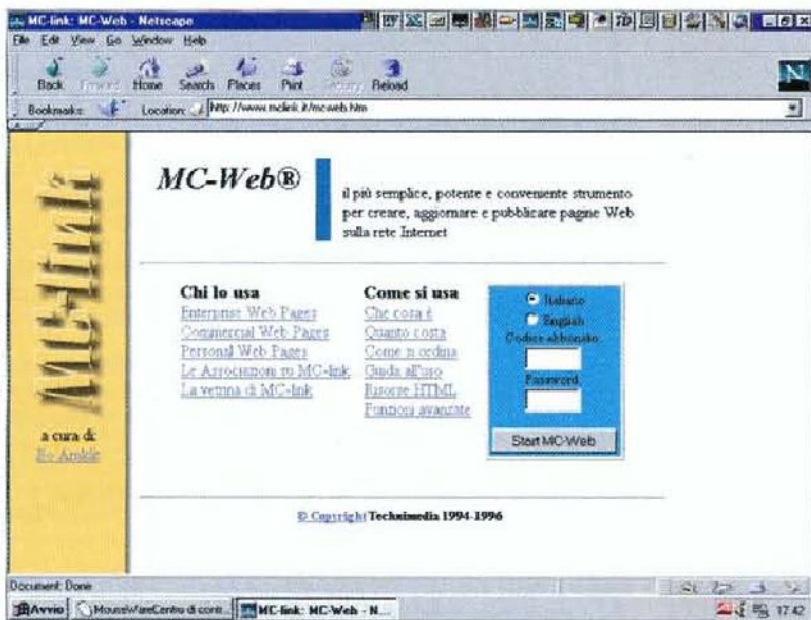
di Rino Nicotra

Navigare su Internet ed essere titolare di un indirizzo di posta elettronica sembra essere la condizione che soddisfa la maggior parte delle persone che accedono alla "grande rete".

Tra i milioni di utenti di Internet, però, vi è una non trascurabile percentuale di utenti a cui la semplice navigazione e il normale scambio di posta non basta. Tra questi vi sono certamente le aziende che, scegliendo la rete come mezzo pubblicitario, veicolano una grande quantità di informazioni in tutto il mondo attraverso i propri "Siti", così come le associazioni culturali, le strutture statali, i Comuni, le università o chiunque voglia utilizzare la rete per mostrare qualcosa agli altri. Anche tanti privati collocano su Internet pagine che mostrano informazioni di tutti i generi: da quelle personali (foto, dati anagrafici, saluti, racconti di proprie esperienze, ecc..) agli indirizzi utili ai suggerimenti sulla navigazione.

Per rendere possibile tutto ciò, per mostrare qualcosa agli altri, è necessario avere sulla rete uno spazio sempre attivo, un computer sempre acceso e collegato permanentemente alla rete. Su questo computer deve esserci una directory riservata a noi nella quale sono collocati i file che rappresentano le nostre pagine.

Creare una struttura di questo tipo è costoso e tecnicamente impegnativo e di solito solo aziende di medio e grande livello utilizzano risorse proprie. Normalmente ci si affida direttamente al provider con cui si ha il rapporto di accesso alla rete per ottenere, in una sorta di noleggio, dello spazio disponibile sul suo server, dove collocare le nostre pagine, in pratica dove far risiedere il nostro "Sito".

Questo è esattamente l'obiettivo di MC-Web, ovvero offrire la possibilità a tutti i suoi abbonati di avere proprie pagine su Internet utilizzando le strutture di MC-link.

Per accedere al nostro spazio Web è necessario raggiungere la pagina dove, dopo aver inserito il nostro codice abbonato e relativa password, potremo iniziare la sessione che ci consente la gestione della nostra directory di lavoro.

I plus di MC-Web

La procedura tipica, che regola il rapporto con il provider fornitore di spazio Web, consiste nel fornire ad esso i file che rappresenteranno il nostro sito. Questo penserà a trasferirlo sulla rete posizionandolo nella nostra directory, rendendolo visibile al mondo intero.

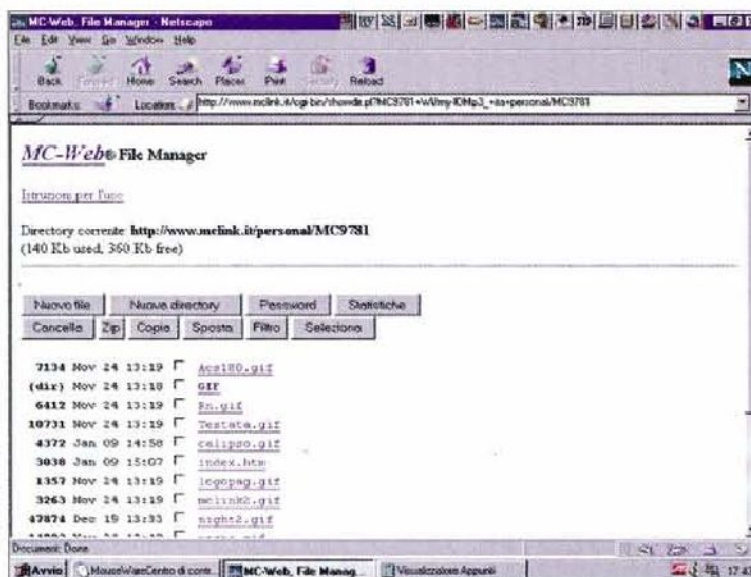
In MC-Web è tutto diverso, siamo noi utenti ad avere l'accesso diretto al nostro spazio, siamo noi a gestirlo direttamente da casa o dal nostro ufficio, siamo noi a pensare al trasferimento dei file nel momento che più ci fa comodo: di giorno, di notte, una volta all'anno o ogni cinque minuti.

Ma MC-Web non si limita solo a questo, MC-Web è anche una serie di strumenti "on line" che ci consentono di intervenire sulle nostre pagine modificandole a piacimento direttamente in linea, in tempo reale, consentendoci di avere un sito aggiornato e dipendente solo dalla nostra tempestività e non da strutture esterne.

Tutto ciò è possibile grazie al trasferimento dei file con un semplice FTP (File Transfer Protocol), alla presenza in linea di un editor per pagine HTML (il linguaggio con cui sono realizzate le pagine Web), alla disponibilità di un software per l'espansione di file "zippati" (*.zip) direttamente nella nostra directory che ci consente di trasferire pacchetti interi di file in una sola soluzione. Esiste la possibilità di creare nuove directory, inserire password, gestire data base ed altro, esattamente come se "lavorassimo" sul nostro computer a livello locale. E questo da qualsiasi parte d'Italia.

Le procedure

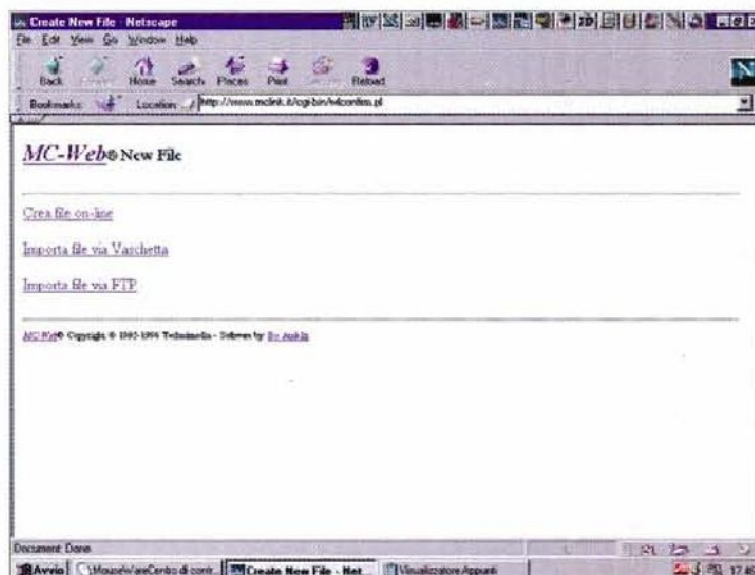
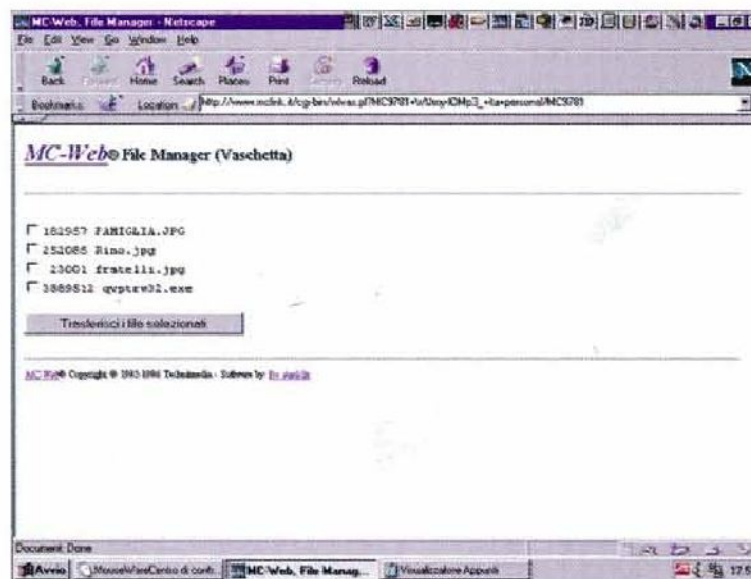
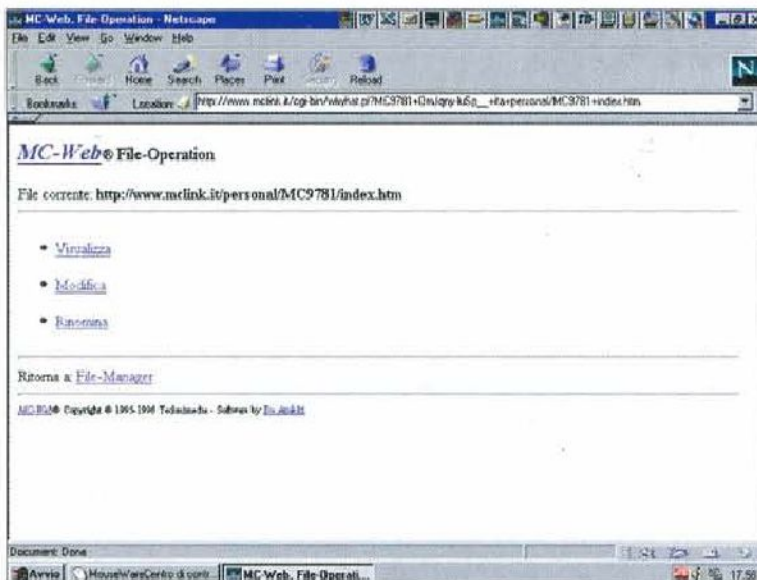
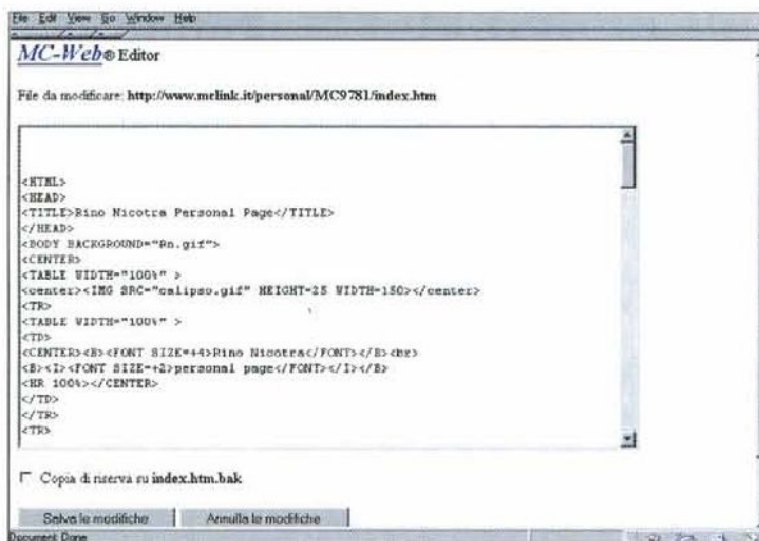
Per poter noleggiare uno spazio Web sul server di MC-link è necessario prima di tutto sottoscrivere un normale abbonamento di accesso alla rete, grazie al quale e utilizzandone la stessa combinazione di codice e password sarà possibile accedere alla nostra directory Web.

Successivamente, o contemporaneamente, dovremo sottoscrivere il contratto per l'assegnazione della directory sulla rete. Una volta scelta la forma di contrat-

Nella schermata principale della nostra directory di lavoro è subito visibile l'elenco dei file trasferiti, i pulsanti degli strumenti "On Line" a nostra disposizione e il nome delle eventuali directory che abbiamo creato. Le directory si differenziano dai file per l'assenza dell'estensione e dal carattere sempre maiuscolo.

to più idonea alle nostre esigenze e avuta l'abilitazione per accedere al nostro spazio potremo procedere con il trasferimento dei file che costituiranno il nostro sito Web.

Per trasferire i file nel nostro spazio, che possiamo definire directory Web, è necessario utilizzare un programma di FTP. La nostra directory è raggiungibile in FTP all'indirizzo **www.mclink.it**. Una volta impostato l'indirizzo, il programma utilizzato richiederà il codice abbonato e relativa password dopodiché ci permetterà di visualizzare la directory di lavoro consentendoci il trasferimento dei file.

Un'altra modalità di trasferimento è quella di far transitare i file in una directory temporanea chiamata "Vaschetta". La vaschetta è uno spazio che tutti gli abbonati a MC-link possiedono, essa è riservata al singolo utente ed è possibile "parcheggiarvi" per un periodo massimo di 24 ore i file che dobbiamo, in una fase successiva, inviare ad un altro abbonato o ricevere sul nostro computer, oppure trasferire su Internet. La vaschetta è raggiungibile via FTP (l'indirizzo del server è ftp.mclink.it) e solo l'abbonato può accedervi utilizzando codice e password di riconoscimento. La vaschetta è raggiungibile anche attraverso la BBS di MC-link, utilizzando un normalissimo emulatore di terminale per il collegamento in modalità testo.

Trasferiti i file in vaschetta possiamo passare alla fase di trasferimento dei file dalla vaschetta alla nostra directory Web. Come si fa? Andiamo alla pagina che ci consentirà l'accesso al nostro spazio (mostrata in apertura) l'indirizzo è: http://www.mclink.it/mcweb.htm. Digitiamo codice e password e clicchiamo su "Start MC-Web", accedendo così al nostro spazio. In questa pagina (fig. 2) troviamo una serie di pulsanti: tra questi, quello che ci interessa in questa fase, è quello denominato "Nuovo file". Cliccando su questo, accediamo ad una nuo-

In MC-Web è possibile importare file dalla nostra "Vaschetta" di abbonato a MC-link, via FTP o crearne uno on line grazie alla presenza di un editor html direttamente in linea.

Nel momento in cui chiediamo di importare un file dalla vaschetta, ci viene mostrato l'elenco dei file presenti. Da questo elenco dobbiamo selezionare i file che ci interessano e poi cliccare su "Trasferisci file".

Ogni file presente nella nostra directory Web ha la possibilità di essere visualizzato, nominato o modificato. La visualizzazione ci consente di vedere il file così come lo vedrebbe chiunque contattasse le nostre pagine, la funzione rinomina ci consente di cambiare nome al file, la funzione modifica ci consente di visualizzare il file in formato HTML e, quindi, di apportare delle modifiche.

Un esempio di file visualizzato in formato HTML dall'editor in linea.

va pagina che ci offre tre ulteriori possibilità di scelta: creare un file on line, importare file via FTP, importare file dalla vaschetta (fig. 3). In questa sede sceglieremo di importare i file dalla vaschetta e verrà visualizzata la pagina di fig. 4. In questa pagina è presente l'elenco dei file in vaschetta, selezioniamo i file che ci interessano e clicchiamo su "trasferisci file". A questo punto i file sono nella nostra directory e chi ne conosce l'indirizzo può visualizzarli. Molto importante è il modo con il quale va nominato il file principale (la Home Page), il suo nome deve necessariamente essere "index.htm" o "home.htm". Solo così digitando il nostro indirizzo Web visualizzeremo in automatico la pagina iniziale.

I file compressi

Come accennato precedentemente, possiamo contare su un software di decompressione, compatibile con i file con estensione .zip, direttamente in linea. Questo ci consente di effettuare trasferimenti di file ridotti rispetto alla grandezza naturale risparmiando sui tempi di trasferimento e, soprattutto, di trasformare più file in uno solo, compresso, che ci consente di eseguire il passaggio in un'unica soluzione.
La procedura di trasferimento è quella già indicata, conclusa l'operazione sarà sufficiente selezionare il file compresso e cliccare sul pulsante "ZIP": il file si espanderà ricreando la situazione originale.

Le statistiche

In MC-Web vi è a disposizione anche la possibilità di conoscere quante volte le nostre pagine sono state contattate e quanto traffico (espresso in byte) sia stato generato sulla rete dalle visite effettuate sulle stesse. E' possibile visualizzare la statistica sulla quantità di traffico totale e di contatti giornalieri riferiti al mese corrente o precedente. Oppure avere informazioni analoghe riferite ai singoli documenti. Il tutto è presentato in tabelle facilmente interpretabili.

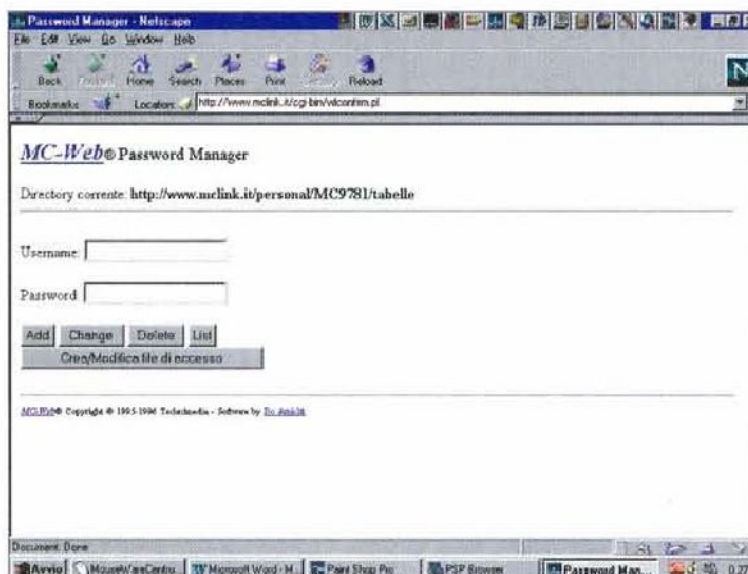
Gli altri strumenti

Tra gli altri strumenti disponibili in linea, nel caso volessimo organizzare con un certo ordine il nostro "sito", c'è la possibilità di creare directory e sottodirectory a piacimento. Farlo è molto semplice, è sufficiente cliccare sul pulsante "Nuova directory", assegnarle il nome utilizzando l'apposito campo, cliccare su "Crea directory" e il gioco è fatto.
Altrettanto facile è spostare i file da una directory ad un'altra: selezionato il file interessato, si dovrà cliccare su "Sposta" e digitare nell'apposito campo il percorso di destinazione.
Con il comando "Filtro" possiamo visualizzare solo una categoria di file digitando "*.estensione", oppure un solo file digitandone il nome completo.
Ogni singolo file può essere visualizzato, rinominato o aperto in formato HTML direttamente in linea. Per poter effettuare la scelta è sufficiente cliccare sul file che ci interessa in modo da visualizzare la pagina mostrata in fig. 5, da qui effettueremo la scelta successiva: sceglieremo "Visualizza" per vedere la pagina nel formato visibile a tutti, "Rinomina" per avere la possibilità di cambiare il nome al file, "Modifica" per aprire il file in formato HTML (fig. 6) ed eseguire eventuali modifiche "On Line".

Le pagine riservate

MC-Web vi offre la possibilità di "riserva-

re" l'accesso ad alcune pagine solo a chi volete voi. Lo strumento "Password" a disposizione permette di barrare l'accesso ad una o più directory. L'accesso alle directory barrate è consentito solo con l'inserimento di una combinazione di codice e password nell'apposito riquadro (fig. 7) che apparirà nel momento in cui sarà richiesto l'accesso alla pagina riservata. Le varie combinazioni le assegnate voi e tali combinazioni devono essere registrate nell'elenco di quelle abilitate. Per ottenere quanto detto dovrete creare una o più directory di servizio, quelle che conterranno le pagine ad accesso riservato. Una volta creata la directory spostate all'interno di essa le pagine interessate e poi cliccate sul pulsante "Password". Vi apparirà una pagina (fig. 8) dove, negli appositi campi, dovrete inserire (una alla volta) le combinazioni di codice e password da abilitare, dopo ogni inserimento dovrete cliccare su "Add" in modo da memorizzare la combinazione nell'elenco di quelle abilitate. L'operazione deve essere ripetuta ogni volta vorrete aggiungere una nuova combinazione. Il passo più importante, però, è quello di creare il file di protezione o di accesso. Esso si crea automaticamente cliccando sul pulsante "Crea/Modifica file di accesso". Visualizzato il file in formato HTML salvatelo e da quel momento l'accesso alle pagine contenute nella nuova directory sarà consentito solo ai possessori di una delle combinazione di codice/password abilitate. Per eliminare la protezione è sufficiente che cancelliate il file di accesso. Cancellato il file la directory non sarà più protetta e le pagine in essa contenute saranno accessibili a tutti.

In MC-Web è possibile proteggere le pagine con combinazioni di codici e password. Solo chi è in possesso di tali combinazioni può accedere alle pagine interessate.

Le combinazioni di codice e password che possono proteggere le nostre pagine, sono decise e create direttamente dal titolare dello spazio utilizzando un apposito strumento.

La gestione di data base

Un'altra peculiarità di MC-Web è rappresentata dalla possibilità di creare "form" (moduli) per acquisire dati o per l'esecuzione di ricerche sul contenuto delle nostre pagine. In pratica è possibile generare data base che possono ricevere informazioni inserite da chi visita le nostre pagine (generalità per una eventuale registrazione, ordini di prodotti, ecc.) in apposite schede predefinite, preparate da noi. Oppure fornire al visitatore informazioni contenute nel nostro sito attraverso schede di interrogazione che effettueranno ricerche mirate in funzione delle richieste inserite, sfruttando il data base che precedentemente avremo creato.
Esempi utili alla gestione di eventuali data base e alla creazione delle schede sono presenti su MC-link all'indirizzo **http://www.mclink.it/docs/mcweb/ita/adv/**.

Conclusione

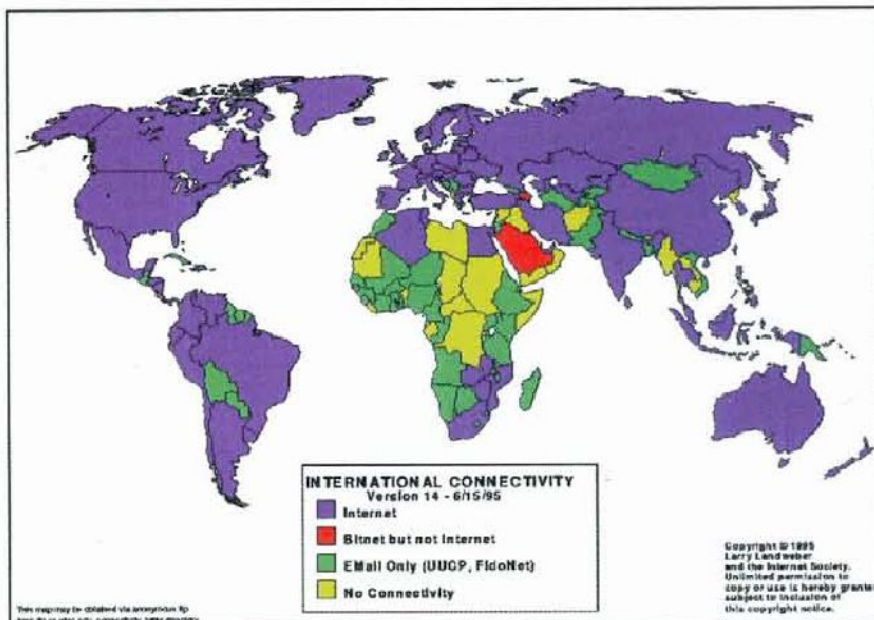
Queste sono solo alcune delle caratteristiche più interessanti di MC-Web, quelle che maggiormente incidono nella gestione del proprio spazio e che, soprattutto, gli utenti meno esperti possono apprezzare. Ai più smaliziati rivolgo l'invito di non perdere gli articoli pubblicati su MCmicrocomputer nella rubrica HTML curata da Giuliano Boschi, dove non mancano consigli ed indicazioni di carattere più tecnico. In particolare segnalo l'articolo apparso sul numero 168 a pag. 320, dove gli stessi argomenti trattati in questa occasione vengono approfonditi sotto il profilo tecnico e arricchiti di informazioni utili agli utenti più abili.

Buon divertimento.

MC

INTERNET PER TUTTI

Dopo gli Swatch «milionari» e il telefonino ecco la tendenza del momento: Internet. Ovvero la «Rete In» che, secondo i neo informatici snob, se non conosci non sei nessuno

di Rino Nicotra

Di Internet si parla molto, probabilmente troppo. Non c'è programma televisivo rivolto ad un pubblico giovane che non abbia l'indirizzo elettronico, le emittenti radiofoniche si «sentono» più importanti se hanno un sito Web su cui si possono vedere i programmi da ascoltare.

Sarà poi vero che tante massaie del nord Italia utilizzano la posta elettronica (E-Mail) per inviare a Target il voto sulla trasmissione della settimana?

Se così fosse il nostro paese sarebbe molto più informatizzato di quanto sembra e probabilmente, senza che si sappia, molte casalinghe già comprano frutta e verdura attraverso «La Rete».

Pertanto non ci dobbiamo lamentare se mentre navighiamo da una pagina all'altra, da un sito politico a un news group, ci scappa di vedere qualche «frutto» di cui non gradiamo la presenza.

D'altra parte il bello ed il brutto di Internet è che essa di fatto non è di nessuno: è totalmente democratica, o se preferite anarchica.

Nessuno può censurarla, nessuno può imporle nel bene o nel male le proprie politiche questo è il punto di forza e nello stesso tempo il limite di Internet.

Ma che cosa è esattamente Internet, a cosa serve e quali sono i motivi per i quali è nata?

Internet

Cosa è	Cosa non è
• Un sistema di comunicazione competitivo per costi e qualità di trasmissione • Un mezzo per visitare luoghi lontani, in modo interattivo, senza muoversi da casa. • Un ulteriore abbattimento delle frontiere con conseguente «avvicinamento» dei popoli e delle loro culture	• Una rete militare • Un gioco • Un imbroglio • Solo una moda

Breve storia di Internet

Cominciamo con lo sfatare una leggenda: Internet non è e non è mai stata una rete militare o del Pentagono, anche se i militari americani sono alla radice della tecnologia su cui essa si basa.

Tutto inizia verso la fine degli anni '60, in piena Guerra Fredda, quando l'agenzia del Pentagono che si occupa di ricerche sulle tecnologie avanzate *(DARPA, Defense Advanced Research Project Agency)* decide di verificare le

fig. 1
In una rete tradizionale l'architettura è detta «a stella», e i nodi sono collegati tra loro mediante una struttura gerarchica.

possibilità di realizzazione di un sistema di telecomunicazione che, al contrario di quella tradizionale, sia immune da un attacco nucleare ad un nodo nevralgico.

Il sistema tradizionale si basava su una tipologia detta «a stella», dove i nodi della rete sono connessi in maniera gerarchica (fig.1): cioè ognuno di essi è in comunicazione con gli altri attraverso un nodo nevralgico detto centrale (fig. 2). Le normali reti telefoniche sono di questo tipo.

Anche le centrali sono divise in più tipi: ci sono le centrali di basso livello, a cui sono collegati i nodi più periferici e le centrali di alto livello, a cui sono collegate le centrali di basso livello. Se dunque cessa di funzionare una centrale di basso livello tutti i nodi ad essa collegati restano isolati; nel caso cessi di funzionare una centrale di alto livello la rete si spezza in tante sottoreti che non possono più scambiarsi messaggi l'un l'altra (fig. 3).

fig. 3
Se una centrale di alto livello viene messa fuori uso, la rete si spezza in sezioni separate che non possono più comunicare.

Se invece si lascia perdere il concetto di gerarchia dei nodi e si unisce semplicemente ogni nodo con quelli ad esso più vicini si ottiene una struttura a rete nella quale il segnale ha a disposizione vari percorsi alternativi per transitare da un nodo all'altro (fig. 4).

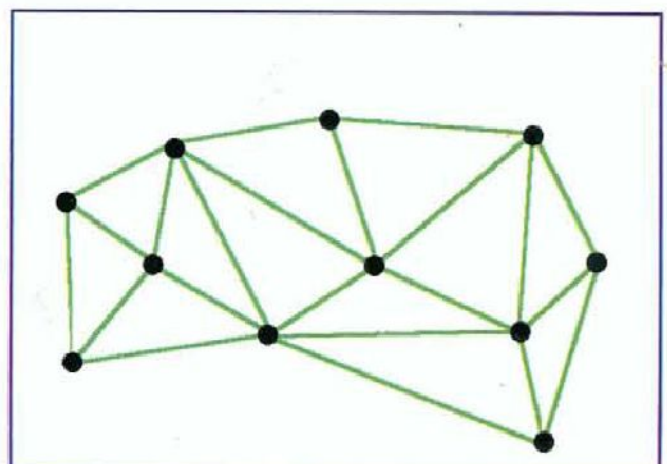
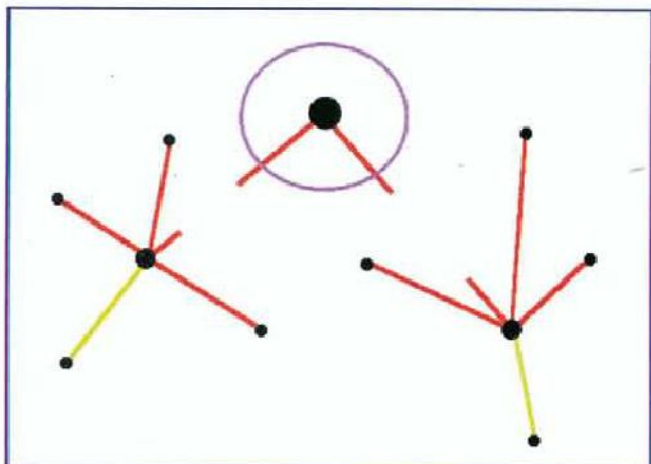
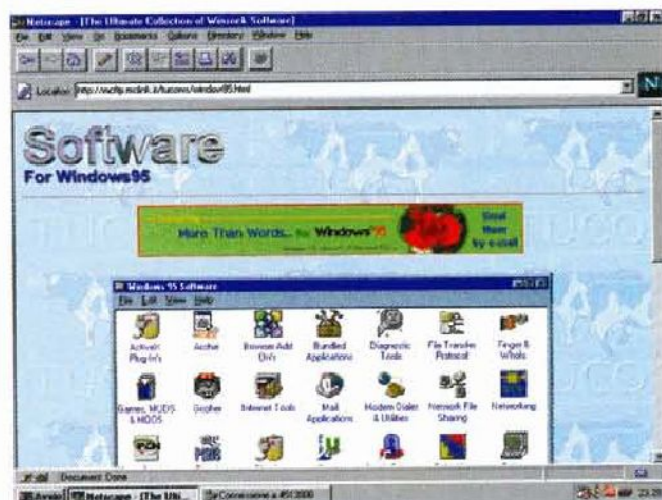
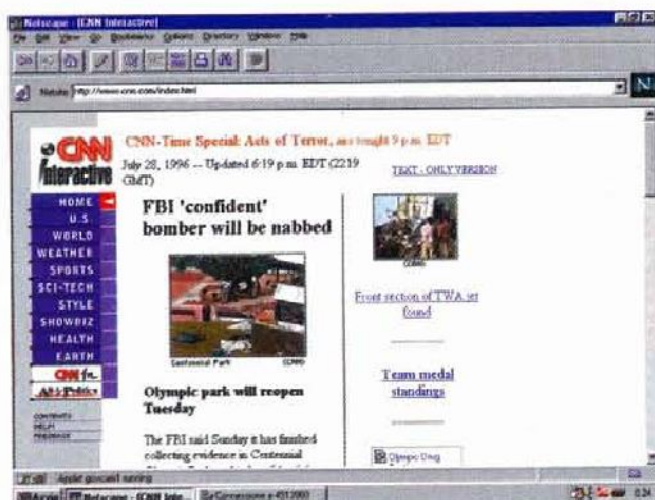
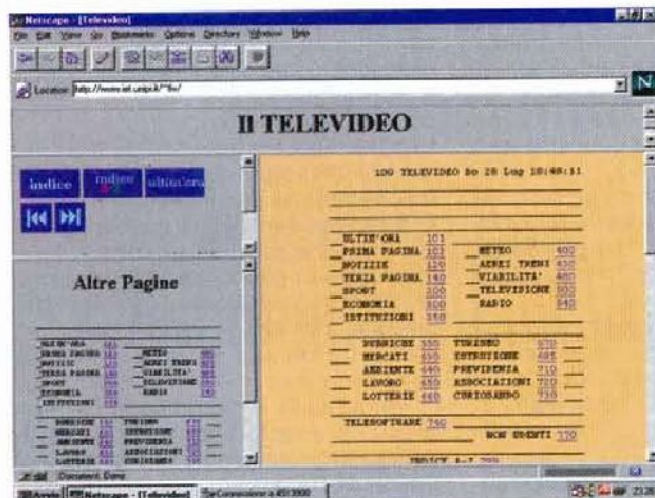
In questa situazione la caduta di qualsiasi nodo della rete non provoca il blocco delle comunicazioni. Ogni nodo è in grado, attraverso i nodi vicini, di comunicare con qualsiasi punto della rete.

Il problema è che in questa architettura la rete deve far viaggiare le comunicazioni fra i vari nodi secondo le necessità contingenti.

Non basta più «commutare un circuito» e lasciar che gli elettroni scorrano da soli lungo il filo; dal momento che «il filo» a priori non si sa quale sia, e può anche cambiare da un istante all'altro, occorre fare qualcosa di più: i singoli messaggi devono recare il nome del proprio destinatario e muoversi sulla rete secondo le indicazioni del sistema, che sceglierà di volta in volta i percorsi migliori, così come fanno le lettere tradizionali nel servizio postale: nel caso di guasto su una tratta ferroviaria la posta transita su un'altra linea.

fig. 2
In un'architettura a stella il percorso tra due nodi è unico e passa attraverso tutte le centrali di livello gerarchico superiore.

Identificata la tecnologia adatta a realizzare questo tipo di rete, il DARPA assieme ad un piccolo gruppo di università statunitensi procedette alla costruzione reale di una rete sperimentale che prese il nome di ARPAnet.

fig. 4.
In un'architettura di rete a connessione multipla, ogni nodo comunica con i suoi vicini senza alcuna gerarchia.

Internet è ormai un pozzo senza fine in cui reperire informazioni di qualsiasi tipo: dal Televideo RAI al Comune di Roma, dai siti dove è possibile «scaricarsi» del software alle ultime notizie della CNN.

Gli anni della sperimentazione

Gli anni '70 furono di sperimentazione per le tecnologie messe a punto dal DARPA. L'esperienza di quegli anni permise di identificare le migliori soluzioni tecniche che consentissero un utilizzo efficiente della rete. Una pietra miliare fu la realizzazione del cosiddetto *«protocollo TCP/IP»* che è oggi la «lingua» universalmente utilizzata su Internet. Il TCP/IP fu inventato nel 1973-74, e ARPAnet iniziò ufficialmente ad usarlo nel 1982.

Il bello di TCP/IP era la possibilità che offriva di interconnettere tra loro le reti basate su tecnologie differenti, svolgendo una specie di ruolo di ambasciatore tra le varie esigenze di ciascuna di esse. Grazie a TCP/IP dunque, si poterono facilmente interconnettere tra loro le preesistenti reti interne delle università in una «rete di reti» di livello superiore, una *inter-rete* che fu detta, appunto, Internet.

Il TCP/IP

Il TCP/IP *(Transmission Control Protocol/Internet Protocol)* è un insieme di due protocolli, cioè la combinazione di regole e procedure grazie alle quali i server trasferiscono dati tra loro. Se consideriamo Internet un insieme di strade e incroci, possiamo considerare i nodi come grandi depositi ricchi di prodotti di tutti i generi. Per far viaggiare i prodotti da un deposito all'altro sono necessari dei mezzi di trasporto e delle regole su come i prodotti devono essere trasportati.

Mentre il tipo di mezzo di trasporto e le norme di imballaggio delle merci sono decise dall'IP, il TCP determina invece le modalità con cui dovranno essere trattati i pacchi trasportati ed è il responsabile del carico, pur non conoscendo il contenuto dei colli. Esso provvede al ritiro, al recupero di eventuali parti del carico perse durante il viaggio ed, infine alla consegna.

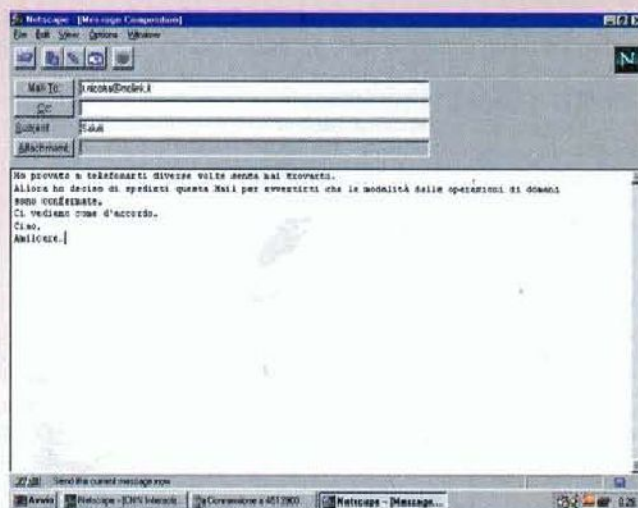
Il World Wide Web

Fino agli anni '80 l'accesso ad Internet era di fatto possibile solo in ambito accademico, e l'uso della rete era alla

La scelta del percorso

In un'architettura a rete ogni nodo comunica con i suoi vicini senza alcuna gerarchia mettendo a disposizione del messaggio (che viaggia spezzettato in tante parti comunemente chiamate pacchetti) vari percorsi alternativi per transitare da un nodo all'altro.
Questo significa che in caso di indisponibilità (guasto, traffico eccessivo o altro) di uno dei nodi che si trovano tra il mittente e il destinatario, il pacchetto inviato sarà dirottato su un altro percorso, giungendo comunque a destinazione, indipendentemente dalla distanza e dalla quantità di nodi «attraversati», magari dopo aver fatto il giro del mondo per poi rientrare a poche centinaia di chilometri dal nodo di partenza. Affinché tutto questo accada è necessario che il sistema applichi al pacchetto l'indirizzo del destinatario (come con una normalissima spedizione postale) per poi iniziare la procedura di recapito.
A questo punto il nodo da cui parte il pacchetto interrogherà i nodi vicini chiedendo quale di loro conosce (anche parzialmente) l'indirizzo di destinazione. Al primo che risponderà sarà affidato il pacchetto.
La procedura si ripeterà di nodo in nodo, compiendo una sorta di azione di avvicinamento fino ad arrivare a destinazione.

La posta elettronica

La posta elettronica o E-Mail, non è altro che un servizio che utilizza uno spazio riservato all'abbonato sul disco rigido del server.
In questo spazio è possibile (conoscendo l'indirizzo dell'abbonato) inviare messaggi che solo il titolare, grazie ad un codice di accesso, è in grado di leggere.
Il servizio è assimilabile a quello di una casella postale (mailbox) con la differenza che si può consultare quando si vuole (senza il limite degli orari degli uffici postali) e direttamente da casa o dall'ufficio.
È possibile, avendo a portata di mano un computer equipaggiato di modem e una linea telefonica, accedere alla nostra mailbox da qualsiasi parte del mondo.
Un aspetto molto importante della posta elettronica è che può sostituire egregiamente la segreteria telefonica e il fax con un notevole risparmio di tempo, di consumi sulla bolletta telefonica e con un netto guadagno in qualità sul messaggio inviato.
Prendiamo ad esempio l'invio di un fax: la telefonata necessaria alla trasmissione sarà urbana o interurbana a secondo della località dove risiede il destinatario, inoltre la durata del collegamento varierà in funzione del «peso» della pagina da trasmettere (una pagina con poco testo passa velocemente, una pagina ricca di immagini ha bisogno di un maggior tempo di trasmissione).
Il sevizio di posta elettronica, invece, non tiene conto delle distanze (il collegamento con il nostro provider è normalmente urbano) e ci consente, una volta preparato il file (testo, immagini o altro), di inviare messaggi ad abbonati di tutto il mondo.
A parità di quantità di testo e immagini, il tempo impiegato per la trasmissione via computer sarà sempre inferiore a quello del fax (a patto che il modem sia sufficientemente veloce: almeno 9.600 bps come il fax, consigliati 14.400 e 28.800 bps.). Inoltre con lo stesso collegamento a tariffa urbana potremo inviare lo stesso messaggio (o più messaggi) a destinatari diversi senza dover comporre nuovamente numeri telefonici, ad esempio un'azienda può inviare a tutte le sue filiali il nuovo listino prezzi con un solo collegamento.
La qualità sarà identica all'originale e le immagini a colori resteranno tali.
La comodità della posta elettronica è anche quella di non dover tenere conto degli orari (in particolare del fuso orario in caso di trasmissioni a grande distanza) e con la velocità di una telefonata avere quasi lo stesso risultato della posta normale, tranne che per alcuni documenti che perdono valore legale se non sono in originale.
Anche un semplice messaggio di segreteria se è scritto è più efficace di un messaggio verbale, soprattutto quando nella fretta di parlare dopo il «bip» lasciamo messaggi strampalati rischiando pessime figure.

La posta elettronica sostituisce egregiamente quella tradizionale. Presto sempre più persone e soprattutto aziende trasformeranno il loro traffico postale in forma elettronica (più veloce e diretta).

Ogni sito Web possiede una «home page» (pagina casa). Per home page si intende la pagina principale (o pagina di partenza) che contiene le notizie essenziali ad una corretta visita del sito (in figura la home page di MC-link).

portata di soli utenti esperti. I meccanismi di collegamento, invio della posta elettronica, trasferimento dei file, per non parlare di quelli di amministrazione dei siti, erano complessi e scomodi da usare per utenti non tecnici; inoltre sulla rete *viaggiavano solo testi, niente altro.* In seguito, fra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90, un gruppo di fisici del CERN di Ginevra mise a punto un sistema, tecnicamente un protocollo, grazie al quale la rete poteva essere utilizzata come mezzo su cui trasmettere anche immagini, e soprattutto pagine di testo redatte in forma grafica e collegate logicamente tra loro mediante una fitta trama di rimandi ipertestuali (parole sottolineate o di diverso colore che permettono, cliccando su di esse, di saltare direttamente ad un altro punto della pagina o ad altra pagina correlata al significato della parola stessa). Nasceva così il *World Wide Web*, o brevemente *WWW, la «ragnatela mondiale»* che di colpo ha trasformato il modo di usare Internet e quindi Internet stessa. Ai fisici il WWW serviva per scambiarsi articoli scientifici, risultati di esperimenti, dati complessi, riferimenti bibliografici e così via; ma esso era uno strumento di gran lunga troppo potente per rimanere confinato in un ambito tanto specialistico, e così ha cominciato ad essere usato in via generale al posto dei precedenti, ed assai rozzi, strumenti di navigazione.

Col WWW tutta la rete si trasforma *dunque in un unico gigantesco ipertesto* diffuso su scala planetaria; tutti i computer collegati ad Internet si comportano in pratica come un solo gigantesco deposito, in cui è possibile saltare da un argomento all'altro in modo facile ed immediato grazie ad un'intuitiva interfaccia utente basata sulle icone e sull'uso del mouse. Con l'apertura commerciale ad Internet (nei primi anni '90) sono molte le aziende che hanno percepito l'importanza del WWW come strumento di comunicazione ed hanno realizzato propri sitiWeb (sito Web: pagina o insieme di pagine dove è possibile mettere in mostra, come in una sorta di vetrina e a disposizione di tutti, immagini, testi ed informazioni di qualsiasi genere); ciò ha provocato il massiccio interesse di tutti verso Internet, grazie *anche alla potente spinta verso la diffusione* delle cosiddette «autostrade dell'informazione» operata proprio in quegli anni dall'amministrazione americana.

Il risultato è stata la crescita esponenziale del numero di «server Web» collegati alla rete e l'aumento vertiginoso del traffico generato dai servizi WWW. Ciò ha portato come conseguenza l'aumento generale degli utenti di Internet anche in termini del numero di computer ad essa collegati, sancendo così il definitivo passaggio alla terza fase di vita della rete: non più confinata all'ambito accademico, ma aperta al privato.

Il Modem

Ormai tutti sanno che per collegare il proprio computer a Internet o ad altra rete, via telefono, è necessario che esso sia *equipaggiato di modem.*
Il modem è un dispositivo che «traduce» il linguaggio dei computer in impulsi acustici in grado di scorrere lungo le normali linee telefoniche. Esso svolge il suo lavoro in entrambe le direzioni: trasforma i dati in partenza e riconverte quelli in arrivo. Una caratteristica molto importante del modem è la velocità con cui esegue le operazioni: maggiore è la velocità e minore sarà il tempo impiegato per il trasferimento dei dati (sia in entrata che in uscita). Purtroppo a volte le capacità di un modem veloce possono essere ridotte dalla lentezza del tratto di rete nel quale transitiamo, causata da un temporaneo eccesso di traffico sulla linea. La velocità dei modem *disponibili sul mercato varia dai 2.400 ai* 28.800 bps (bit per secondo).
I più lenti, ormai, non sono più presi in considerazione perché se pur sufficienti a soddisfare trasmissioni in forma carattere (solo testi) o trasferimento di piccoli file, sono sicuramente inadeguati a «trattare» pagine ricche di grafica (foto, disegni, fondi, icone) e addirittura inutilizzabili (pena la perdita di diverse ore) nel *trasferire file di qualche megabyte.*
La scelta, quindi, si riduce tra le due velocità più alte: 14.400 e 28.800 bps.
Un modem a 14.400 bps si comporta già in modo soddisfacente e può anche andar bene per chi non ne fa un uso professionale o passa poco tempo collegato alla rete.
Per chi invece si collega a Internet per diverse ore alla settimana, un modem da 28.800 bps (velocità doppia alla precedente) può significare un notevole risparmio di tempo e di costi telefonici (dieci minuti di traffico a 14.400 bps equivalgono a cinque minuti a 28.800 bps, velocità delle linee permettendo).
Considerando poi la contenuta differenza *di prezzo, 100.000/200.000 lire,* è sicuramente consigliabile l'acquisto di un modem a 28.800 bps, soprattutto se teniamo conto della sempre maggiore complessità (immagini, foto, filmati, suoni) e quindi grandezza in byte, delle pagine che andremo a visitare su Internet.

Oggi e domani

Le sfide di oggi sono dunque quelle del libero mercato e della possibilità di utilizzare Internet per il commercio. La crescita della rete è fenomenale. Se nel 1980 i computer collegati ad Internet erano un centinaio, e nel 1990 poco più di centomila, si prevede che nel 2000 saranno cento milioni: il che equivale ad *un aumento esponenziale* di mille volte ogni dieci anni.

Di pari passo procede l'evoluzione degli standard tecnici per l'utilizzo di Internet anche per cose che in origine non erano assolutamente concepibili o auspicabili quali la trasmissione di *audio* in tempo reale, di immagini televisive o

I disturbi di linea e i servizi telefonici aggiuntivi

Cosa evitare per non compromettere il collegamento via modem

Alle volte quando stiamo parlando al telefono capita di ascoltare fastidiosi rumori di fondo: ronzii, fruscii, interferenze di altre telefonate.
Questi rumori che disturbano le nostre orecchie possono, in caso di collegamento via modem, compromettere la qualità della trasmissione dei dati e nella maggior parte dei casi farci perdere completamente la comunicazione.
Fortunatamente la qualità delle linee telefoniche è in continuo miglioramento e solo raramente questi disturbi rappresentano un problema. Se vi trovate nella situazione in cui la vostra linea risulta spesso disturbata, chiedete l'intervento dell'azienda telefonica per un controllo e per l'eventuale soluzione del problema.
Se per i disturbi sulla linea non abbiamo possibilità di intervento diretto, possiamo almeno evitare alcune azioni che potrebbero danneggiare il nostro collegamento.
Laddove c'è un computer collegato ad una normale linea telefonica c'è certamente anche un telefono, spesso questo è vicino al computer altre volte è collocato lontano, magari c'è più di un apparecchio e in diversi ambienti. In questo caso quello che dobbiamo evitare è che qualcuno della famiglia o dell'ufficio, non sapendo che siamo collegati via modem sulla stessa linea, alzi la cornetta provocando un disturbo.
Questa azione può causare diversi tipi di problemi al nostro collegamento secondo la situazione in cui ci troviamo: se stiamo visionando una pagina che abbiamo già ricevuto completamente ed il disturbo è lieve, probabilmente non accadrà nulla; se l'arrivo della pagina non è ancora concluso è probabile che da quel momento la trasmissione rallenti sensibilmente, se il disturbo dovesse persistere (alle volte chi alza la cornetta, per abitudine, compone il numero senza accertarsi che la linea sia libera) potremmo perdere definitivamente la comunicazione.
Nel caso in cui stessimo ricevendo o trasmettendo un file (download o upload), la situazione sarebbe analoga.
Questo si verifica perché i modem in caso di disturbo provocato dal combinatore di un telefono collegato in parallelo, interpreta tale disturbo, e le conseguenti variazioni di tensione, come delle momentanee cadute della linea.
Se queste cadute non superano un certo periodo di tempo (frazioni di secondo) la trasmissione subisce solo dei rallentamenti, dovuti alla ripetizione delle parti di messaggio disturbato (il modem esegue un controllo del messaggio – correzione d'errore – e richiede al «collega» all'altro capo della linea la ripetizione della parte disturbata); se queste ripetizioni dovessero rivelarsi numerose in un breve periodo di tempo, il modem può decidere di bloccare definitivamente la comunicazione.
Per ridurre tali rischi possiamo intervenire sulla configurazione del modem variando la tolleranza a questi disturbi, allungando il periodo minimo consentito di caduta di segnale.
Un'altra situazione da evitare è quella dell'avviso di chiamata attivo.
Tra i tanti servizi aggiuntivi che Telecom ci offre, c'è il così detto «avviso di chiamata», conosciuto ormai da tutti grazie alla signorina «ma quanto mi ami?» dello spot pubblicitario SIP di qualche anno fa.
Il servizio consiste in un segnale acustico che ci avverte dell'arrivo di un'ulteriore chiamata mentre siamo già al telefono, e con un'apposita procedura ci consente di rispondere alla seconda telefonata mettendo in attesa la prima.
Nel caso in cui sulla nostra linea fosse attivo questo servizio dovremo disattivarlo (la procedura è: #43#) prima di utilizzare il modem, altrimenti l'eventuale avviso di chiamata inquinerebbe il nostro collegamento, provocando i problemi già descritti.
Concluso il collegamento via modem potremo riattivare il servizio (la procedura è: *43#).
Un altro servizio aggiuntivo che offre Telecom è il trasferimento di chiamata. Esso consente di trasferire una chiamata in arrivo sulla nostra linea su un altro numero telefonico, naturalmente il costo del trasferimento è totalmente a nostro carico, come se dal nostro telefono chiamassimo il numero sulla quale abbiamo deviato la chiamata in arrivo.
Questo servizio, utilizzato in combinazione con un telefono cellulare (se avessimo due linee normali non avrebbe molto senso, basterebbe usare con il computer quella meno importante), ci può ritornare utile quando pur dovendo impegnare la linea con il modem non vogliamo restare isolati a causa della linea occupata.
In questo caso non dobbiamo fare altro che trasferire sul nostro telefonino le chiamate in arrivo (la procedura è: *21* numero del telefono #) e utilizzare normalmente la linea telefonica alla quale è collegato il modem.
Il servizio di trasferimento di chiamata, nonostante cambi il segnale di linea (serve per ricordare che il servizio è attivo) e trasferisca le telefonate in arrivo su un altro numero, permette comunque di utilizzare il telefono in uscita. A questo punto possiamo tranquillamente collegarci con il modem, impegnando la linea di casa o dell'ufficio.
A tutte le telefonate in arrivo risponderemo dal nostro telefono cellulare.
Per disattivare il servizio la procedura è: #21#.
Anche il nuovo servizio di segreteria telefonica centralizzata è utilizzabile, esso è gestito direttamente dalla centrale Telecom ed è in grado di rispondere anche quando la linea è occupata, chiuso il collegamento con il modem interrogheremo la segreteria per ascoltare eventuali messaggi.
Per usufruire dei servizi telefonici aggiuntivi Telecom è necessario inoltrare richiesta al 187.

addirittura l'interazione remota con tecniche di realtà virtuale. Sorge naturalmente anche l'esigenza di garantire la riservatezza delle comunicazione e di certificare le identità degli utenti per poter usare la rete come veicolo per transazioni commerciali, anche questo un uso non previsto all'epoca in cui Internet nacque.

Fare a meno di Internet presto sarà difficile e successivamente impossibile, così come non possiamo fare a meno dei libri e della televisione. Ma al contrario dei libri e della televisione, mezzi essenzialmente unidirezionali in cui il fruitore è del tutto passivo, Internet è perfettamente simmetrica: ogni utente è anche autore, ogni ricevitore è anche trasmettitore, ognuno può far sentire la sua voce e mettere in pubblico ciò che ha da dire. MC

a cura
di Corrado Giustozzi

INTERNET PER TUTTI

Il mese scorso abbiamo visto cos'è Internet, come è nata e come si è evoluta. Adesso ci occuperemo invece di questioni molto più pratiche: come fare a collegarsi, ovvero come configurare opportunamente il nostro computer e i nostri programmi per poter navigare senza problemi. Questo mese vedremo la configurazione di Windows 95, di certo il sistema operativo più diffuso tra i nuovi utenti.

Seconda parte

di Rino Nicotra

Sul numero 165 di MCmicrocomputer abbiamo raccontato un po' di storia di Internet e affrontato, tentando di non scendere in particolari troppo tecnici, alcuni argomenti che sono legati al funzionamento della "rete" e al suo utilizzo.

Premesso che appena possibile ritorneremo sugli stessi argomenti cercando di approfondirli ulteriormente, ma sempre mantenendo un linguaggio accessibile ed evitando di rivolgerci solo ai "navigatori" esperti, questa volta ci occupiamo di Windows 95 (ormai il sistema operativo che equipaggia la quasi totalità dei PC venduti) ed in particolare della installazione e configurazione dei dispositivi necessari per il collegamento ad un provider e per navigare in Internet.

Certo non è la prima volta che tale argomento viene trattato, chissà quante altre volte ne avrete letto o sentito parlare. E' nostra convinzione, però, che non è mai abbastanza. Questo perché ogni giorno tanti nuovi utenti iniziano la loro avventura sulla "rete" e perché anche chi "naviga" già da un po' si trova, spesso, nelle condizioni di dover ripetere la configurazione del proprio sistema operativo e non sempre tutto riesce al primo tentativo.

La prima operazione da eseguire sarà quella di "aggiungere" al sistema operativo il programma di connessione "Accesso remoto" e i protocolli di rete "TCP/IP". Entrambi fanno parte integrante di Windows 95 ma se il sistema operativo è stato installato in modalità "tipica" (la più utilizzata) essi potrebbero non essere ancora presenti.

Attenzione: i dati negli esempi che leggerete qui di seguito e nelle figure si riferiscono naturalmente al provider MC-link, e vanno quindi, utilizzati solo se siete abbonati ad esso. In caso di provider diverso sarà esso stesso a fornirvi i parametri corretti.

Installazione di "Accesso remoto"

"Accesso remoto" è il programma di connessione che consente a Windows 95, attraverso un modem e in modalità PPP (vedi riquadro "Il protocollo PPP"), di contattare il server del provider a cui siamo abbonati. Nel programma di connessione dovremo inserire il numero telefonico da chiamare ed una serie di indicazioni necessarie allo scambio di informazioni tra il nostro computer ed il server.

Per installare "Accesso remoto" aprite la cartella "Pannello di controllo" e cliccate sull'icona "Installazione applicazioni". Apparsa la finestra "Proprietà Installazione applicazioni" cliccate sulla linguetta "Installazione di Windows 95", nella finestra successiva selezionate la riga "Comunicazioni" e cliccate su dettagli, si aprirà la finestra in fig. 1. Attivate la riga "Accesso remoto" cliccando nel quadratino, in modo che sia visibile il segno nero di selezione come in figura, cliccate su OK. Confermate ancora con OK nella finestra precedente.

A questo punto vi sarà richiesto il disco d'installazione, inseritelo nel lettore CD-ROM o floppy disk e cliccate su OK. Il sistema operativo installerà il programma richiesto e i file necessari al corretto funzionamento. Alla fine dell'operazione riavviate il computer.

Fig. 1

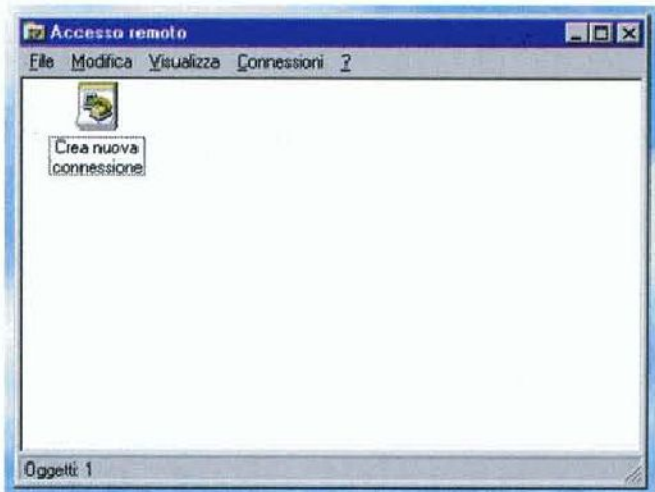



Fig. 2

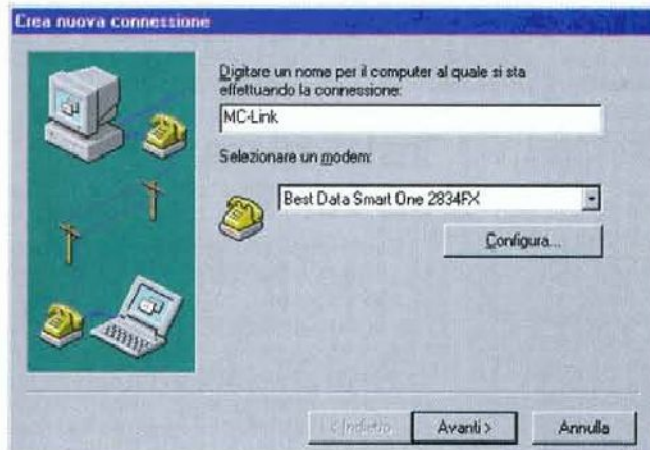
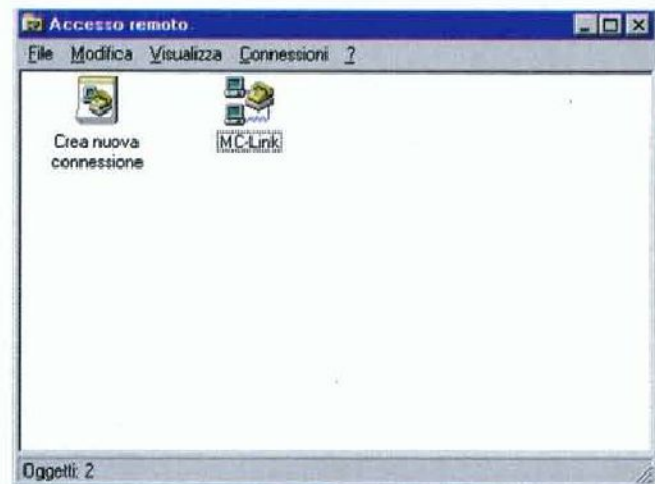



Fig. 3

Fig. 4

Configurazione di Accesso remoto

Una volta installato il programma dobbiamo passare alla sua configurazione: in pratica dargli tutte le indicazioni necessarie affinché esegua il proprio lavoro con precisione. Non preoccupatevi della quantità di operazioni da eseguire e dei numeri che dovrete inserire qua e là, sono aspetti della configurazione con cui presto prenderete confidenza e tratterete con tranquillità. Procedete come segue: aprite la cartella "Accesso remoto", la troverete in "Risorse del computer", si aprirà la finestra in fig. 2. Cliccate sull'icona di "Nuova connessione" e vi apparirà la finestra in fig. 3. Seguite le richieste del programma inserendo il nome della connessione (nel campo "selezionate un modem" troverete già il tipo di modem presente sul computer), il numero di telefono e il paese da chiamare. In ultimo cliccate su "Fine".

A questo punto avete creato una connessione con il nome che avete deciso voi (in figura il nome è MC-link) e la sua icona è apparsa nella cartella di Accesso remoto (fig. 4). Cliccate con il tasto destro del mouse sull'icona della connessione appena creata, selezionate proprietà, si aprirà la finestra in fig. 5, procedete come segue: cliccate su "Configura" e nella finestra successiva decidete la velocità di connessione della porta (scegliete la massima) ma non selezionate il comando di esecuzione solo a quella velocità, questo permetterà al modem di lavorare anche a velocità più basse senza far cadere la comunicazione. Cliccate sulla linguetta "Opzioni" e nella nuova finestra selezionate "Visualizza finestra del terminale dopo la connessione", in questo modo la finestra di dialogo con il terminale con cui siete in collegamento si aprirà solo dopo la connessione, in pratica solo quando sarà il momento di iniziare la procedura di inserimento di codice e

Fig. 5

password. Cliccate su OK.

Ritornati alla finestra precedente cliccate su "Tipi di server" e nella finestra in fig. 6 cliccate su "Impostazioni TCP/IP". Nella finestra in fig. 7 attivate "Indirizzo IP assegnato dal server" e "Specifica indirizzi del server", inserite nella casella "DNS primario" la sequenza di numeri 192 106 166 1. Selezionate "Usa compressione intestazione IP" e "Usa gateway pre definito sulla rete remota". Cliccate su OK. In questo modo abbiamo indicato al programma di connessione di accettare l'indirizzo IP che ci sarà assegnato dal server al momento del collegamento (vedi riquadro "L'indirizzo IP") e gli abbiamo segnalato (con la sequenza di numeri) quale è, invece, l'indirizzo IP del server DNS a cui faremo riferimento per la navigazione (vedi riquadro "Il DNS"). Confermate con OK in tutte le finestre aperte e ritornate alla cartella di Accesso remoto.

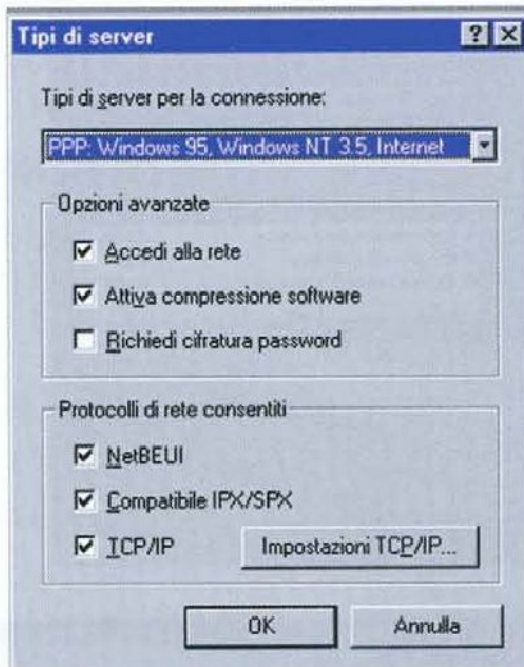



Fig. 6

L'indirizzo IP

A differenza di noi umani che ci identifichiamo con i nomi, i computer preferiscono riconoscersi con i numeri. L'indirizzo IP non è altro che la particolare sequenza di numeri che identifica ogni singolo computer collegato a Internet. Ad ogni nome utilizzato sulla rete corrisponde una serie di numeri (composta da quattro gruppi di cifre ognuna delle quali contenuta tra 1 e 255), detta appunto indirizzo IP; la serie è unica e non possono esserci due computer con lo stesso numero collegati alla rete. Noi umani è meglio che facciamo riferimento solo ai nomi (ci pensa il sistema a fare le congiunzioni, vedi riquadro "Il DNS"), sia perché è più comodo e sia perché il numero legato a un nome potrebbe cambiare. Per esempio: nel caso in cui l'insieme di informazioni riferite a un certo nome (nome compreso) venissero spostate su un altro server, noi continueremo a chiamare lo stesso nome, ci penserà il DNS a collegarci in modo corretto nonostante la serie numerica sia cambiata.
Nella serie di informazioni che abbiamo inserito nelle configurazioni di "Accesso remoto" e del TCP/IP, non abbiamo fatto altro che indicare al nostro sistema di comunicazione quale è l'indirizzo IP che identifica il computer (server) del nostro provider, associandolo al nome con cui noi umani siamo soliti chiamarlo.
Anche al nostro computer, nel momento in cui inizia la connessione con il provider, viene assegnato un indirizzo IP che ci identifica sulla rete, ma a differenza dei server o di altri computer collegati in modo permanente a Internet, il cui indirizzo è fisso, il nostro cambia ad ogni collegamento (ecco perché abbiamo attivato le opzioni "Indirizzo IP assegnato dal server" in Accesso remoto e "Ottieni automaticamente un indirizzo IP" nella configurazione del TCP/IP). Anche se ci dovessimo ricollegare immediatamente dopo la chiusura di una connessione, il nostro nuovo indirizzo sarà quasi certamente diverso da quello ottenuto nel collegamento precedente.

Installazione del TCP/IP

Come abbiamo già visto sullo scorso numero di MCmicrocomputer (n.165 pag.180), il TCP/IP è un insieme di due protocolli necessari al trasferimento delle informazioni tra computer collegati ad una stessa rete. Esso determina le modalità con cui i dati dovranno viaggiare. Rappresenta, quindi, il linguaggio universale della rete, linguaggio grazie al quale anche computer diversi tra loro (ad es. IBM compatibili e Apple) possono dialogare.

Per installare il TCP/IP riaprite la cartella "Pannello di controllo" e successivamente cliccate sull'icona "Rete". Nella finestra che si è aperta cliccate su "aggiungi", in quella successiva selezionate "protocollo" e cliccate ancora su aggiungi. Nella finestra in fig. 8 selezionate nella parte di sinistra "Microsoft" e su quella di destra "TCP/IP" e cliccate su OK.

A questo punto vi apparirà la richiesta del disco driver di installazione (CD-ROM o Floppy). Inserite il disco richiesto e cliccate su OK, il sistema operativo installerà il protocollo TCP/IP. Una

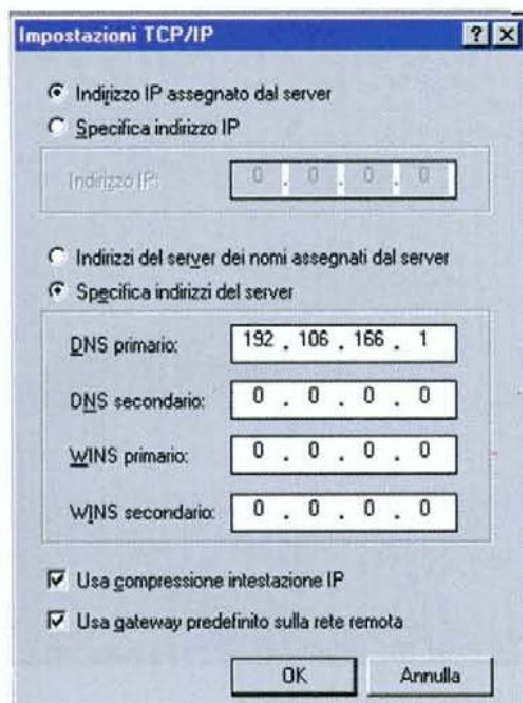



Fig. 7

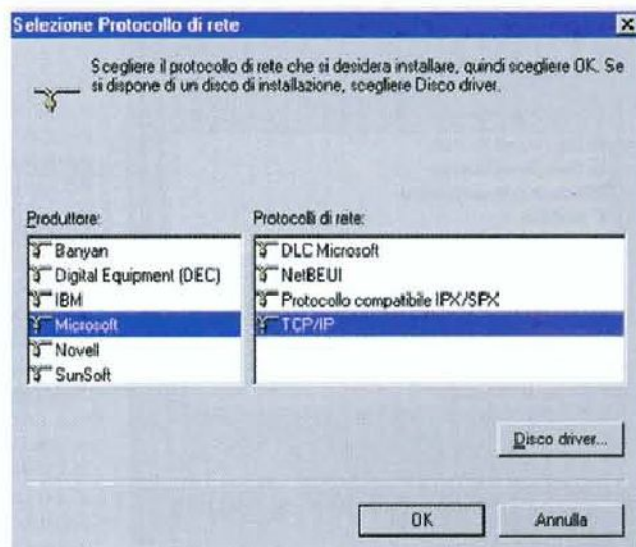



Fig. 8

volta terminata l'installazione è necessario riavviare il computer.

Configurazione delle proprietà del protocollo TCP/IP

Così come abbiamo fatto in precedenza per il programma "Accesso remoto", anche per il TCP/IP dobbiamo procedere alla sua configurazione inserendo, negli appositi campi, i parametri necessari affinché svolga correttamente il suo lavoro.

Riavviato il computer riaprite il pannello di controllo e cliccate nuovamente sull'icona "Rete". Selezionate la riga TCP/IP e cliccate su proprietà (fig. 9), vi apparirà la finestra "Proprietà del TCP/IP". Su questa finestra sono presenti, nella parte alta, una serie di "linguette" su cui cliccare per selezionare le varie proprietà da configurare.

Cliccando sulla linguetta "Indirizzo IP" vi apparirà la finestra in fig. 10, selezionate la voce "Ottieni automaticamente un indirizzo IP".

Passate alla linguetta "Configurazione DNS" e selezionate "Attiva DNS", scrivete nel campo "Host" il nome che volete dare al vostro computer e in quello "Dominio" il dominio a cui appartenete: nel nostro caso è mclink.it.

Nella casella "Ordine di ricerca server DNS" inserite la serie di numeri che identifica il server DNS (192.106.166.1 la stessa utilizzata nella configurazione di Accesso remoto). Cliccate su aggiungi e vedrete i numeri appena inseriti comparire nella casella sottostante.

Passate alla linguetta "Configurazione WINS" e selezionate "Disattiva risoluzione WINS". Nelle finestre "Avanzate" e "Binding" lasciate le selezioni di default. Ultima rimasta, la linguetta "Gateway" vi mostra una finestra in cui tutti i campi devono restare

IL DNS

Sul numero scorso, nel riquadro "La scelta del percorso" (pag. 181), abbiamo parlato di nodi che, interrogandosi tra loro, individuavano i destinatari dell'enorme quantità di informazioni che transitano costantemente sulla rete. In realtà non tutti i nodi sono in grado di svolgere questa funzione ma solo quelli denominati "DNS" (Domain Name Server). I server dei nodi "normali" si appoggiano ad altri server con funzioni DNS "eleggendo" l'indirizzo IP di questi ultimi a proprio DNS.
Il DNS è paragonabile ad una sorta di "servizio 12" al quale viene chiesto, di volta in volta, il numero di un abbonato di cui si conosce solo il nome. In questo caso il nome dell'abbonato è il nome simbolico del computer che vogliamo identificare, e il numero che ci viene ritornato è il suo indirizzo IP.
Naturalmente per poter usufruire di questo servizio (che viene usato "di nascosto" dai nostri programmi di navigazione) dobbiamo indicare al nostro computer il "numero" del "servizio 12" da chiamare, ossia l'indirizzo IP di un server DNS da usare.
Ecco perché nella configurazione di Accesso remoto (nelle impostazioni TCP/IP), e in quella del TCP/IP (nella finestra "Configurazione DNS") abbiamo attivato la funzione DNS segnalando, negli appositi campi, il numero (192.106.166.1) del server di riferimento. Nel nostro caso il numero del DNS si riferisce al server "ns.mclink.it", perché MC-link ha un proprio "Domain Name Server" in sede.

Fig. 9

vuoti. Cliccate su OK e ancora su OK nella finestra "Rete". Riavviate il computer.

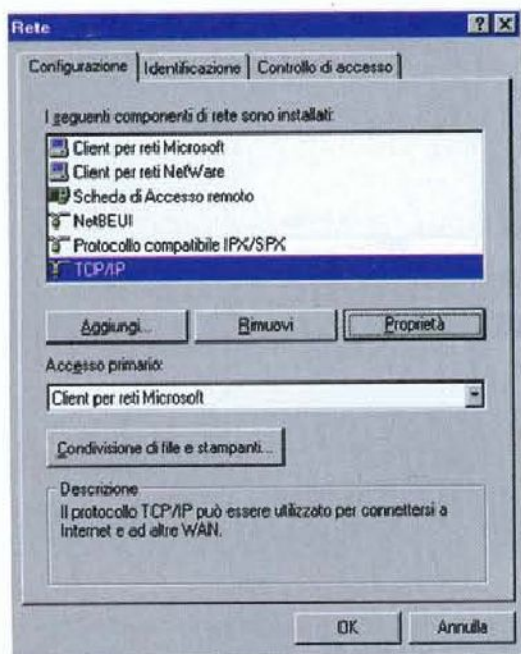
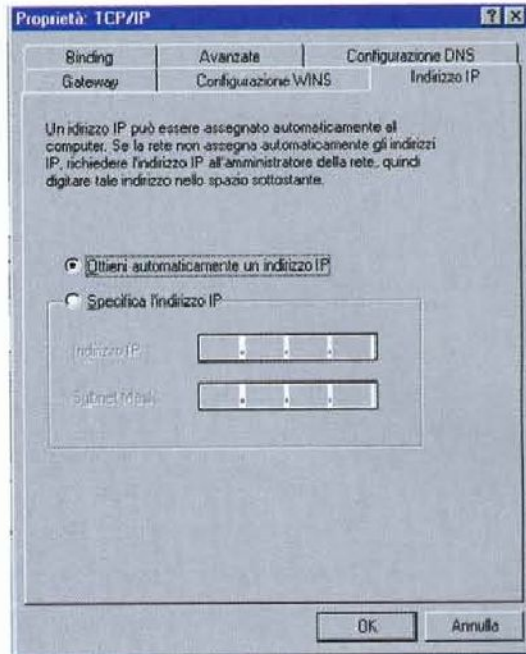



Fig. 10

Da adesso in poi, cliccando sull'icona della connessione MC-link nella cartella di Accesso remoto (per comodità create un collegamento sulla scrivania), potete collegarvi con il vostro provider.

Nella finestra di dialogo che vi apparirà dopo la connessione (fig. 11) dovrete inserire, di seguito al segno @ il vostro codice di accesso e la vostra password (seguiti entrambi da "invio") e appena apparirà la riga "attivare il proprio software PPP", cliccate su F7. Quando vi sarà stato dato l'accesso alla rete avviate il vostro programma di navigazione e... via sulla Rete!

Naturalmente occorre anche configurare correttamente il proprio "navigatore", sia per farlo funzionare nel migliore dei modi in relazione alle caratteristiche del vostro computer, sia per sfruttarne

Fig. 11

eventuali funzioni o servizi speciali. Ed è proprio di questo che ci occuperemo dal prossimo mese.

Buona navigazione!

MC

Il protocollo PPP

Come abbiamo detto più volte, i vari computer collegati alla rete colloquiano tra loro grazie ad un linguaggio (un insieme di protocolli) ben definito chiamato TCP/IP. Dobbiamo, però, aggiungere che questo linguaggio è stato messo a punto per permettere la comunicazione tra computer collegati direttamente e in modo permanente attraverso i "fili" della rete e non temporaneamente tramite linee telefoniche. Per consentire il collegamento via modem tra un abbonato ed il proprio provider è stato necessario "inventare" un sistema che permettesse il collegamento tramite una normale linea telefonica. E' nato, così, il protocollo "Slip" (Serial Line Internet Protocol). Non particolarmente efficiente e con alcuni limiti per l'utente. La connessione "Slip" non permette l'assegnazione di un indirizzo IP all'abbonato impedendo il suo riconoscimento da parte della rete. Questo comporta il rifiuto di informazioni e servizi da parte di alcuni siti che non potendo operare il riconoscimento del richiedente non rispondono alla chiamata, un po' come i Radio Taxi.

Qui entra in ballo il protocollo PPP (Point to Point Protocol): esso (più recente ed efficiente) non fa altro che "simulare", tra due modem, il collegamento diretto del filo della rete, consentendo la piena applicazione dei protocolli TCP/IP e permettendo al server del provider di assegnarci un indirizzo IP, quindi, di farci riconoscere dalla rete. A questo punto la nostra connessione è efficiente al cento per cento e ci consente di utilizzare al meglio le peculiarità di Internet.

a cura
di Corrado Giustozzi

INTERNET PER TUTTI

Per navigare in mare è necessario servirsi di imbarcazioni sicure, affidabili ed equipaggiate dell'attrezzatura necessaria a una corretta navigazione in piena sicurezza. Anche per navigare in Internet è necessario utilizzare una imbarcazione, il "browser", che deve essere messa correttamente a punto per poter navigare al meglio.

Terza parte

di Rino Nicotra

Sullo scorso numero abbiamo parlato dell'installazione e configurazione di alcuni dispositivi di Windows 95 necessari per la connessione a Internet; in questa terza e ultima parte dedicata a questo argomento ci occupiamo, come anticipato, del programma di navigazione.

L'offerta di programmi è vasta e la scelta va fatta in funzione delle nostre esigenze. Se la nostra navigazione non è particolarmente impegnativa e non ci interessano alcune soluzioni di tipo grafico o sonoro ma solo le informazioni che cerchiamo, allora possiamo servirci dei programmi più semplici o meno evoluti che, se non altro, hanno la prerogativa di essere veloci (perché realizzati solo con l'essenziale).

Invece se il nostro obiettivo è quello di navigare alla ricerca di informazioni ma senza rinunciare alla possibilità di vedere animazioni o ascoltare suoni, dobbiamo allora utilizzare programmi dell'ultima generazione, ricchi di tutte le utilità necessarie a farci apprezzare le novità "scenografiche" e "coreografiche" di alcuni siti Web.

Come abbiamo già fatto per Windows 95 (il sistema operativo che ormai equipaggia la quasi totalità dei nuovi PC venduti) anche per il programma di navigazione la nostra scelta si è orientata su i due più diffusi: Netscape (abbiamo scelto la versione 2.02 in italiano) e Internet Explorer (la recente versione 3.0 in italiano) entrambi per Windows 95.

Il primo è certamente il più diffuso al mondo, e quello che fino ad oggi ha proposto le soluzioni più interessanti sia sotto il profilo grafico che delle utilità contenute (gestione della posta elettronica, compatibilità con programmi di animazione, ecc.). Il secondo, anche se arrivato da poco nella versione più evoluta, è sicuramente il programma destinato a rappresentare il maggior concorrente di Netscape: non solo perché anch'esso offre soluzioni grafiche e utilità di alto livello, ma soprattutto perché, essendo prodotto da Microsoft, si "sposa" perfettamente con il sistema operativo con cui è destinato a convivere, divenendone parte integrante. Sarà interessante vedere, nei prossimi mesi, in quale modo Netscape e Explorer si "combatteranno" (alla stregua di TIM e Omnitel) per la leadership tra i programmi di navigazione.

Configurare: cosa e perché

Se abbiamo una certa dimestichezza con il personal computer e i suoi programmi sappiamo già che essi vanno *configurati*. Configurare un programma significa comunicargli le nostre preferenze riguardo a determinate opzioni operative che esso ci offre, o comunicargli alcuni parametri necessari per il suo corretto (od ottimale) funzionamento che esso, da solo, non è in grado di determinare o di scegliere nella maniera ottimale.

Nel caso dei browser, i programmi di navigazione su Internet, lo spazio lasciato alle opzioni di configurazione è generalmente moltissimo: sia perché sono parecchie le opzioni tecniche che posso-

Manual Proxy Configuration

Proxy

Proxy

Puoi configurare un proxy e un numero di porta per ciascuno dei protocolli internet supportati da Netscape.

Proxy FTP: proxy.mclink.it Porta: 8080

Proxy Gopher: proxy.mclink.it Porta: 8080

Proxy HTTP: proxy.mclink.it Porta: 8080

Proxy di sicurezza: Porta: 0

Proxy WAIS: Porta: 0

Host SOCKS: Porta: 1080

Puoi fornire una lista di domini a cui Netscape Navigator deve accedere direttamente piuttosto che attraverso un proxy:

Nessun proxy per: www.mclink.it Una lista di: host:porta, ...

OK Annulla Applica ?

Fig. 3 - Nella finestra preferenze (menu "Preferenze posta e news") dobbiamo indicare il nostro nome e il nostro indirizzo di posta elettronica.

all'interno del campo "Server posta in arrivo" e in quello "Server posta in partenza" la riga "mail.mclink.it", in questo modo abbiamo segnalato al programma il nome del server a cui fare riferimento per ricevere e inviare la nostra posta.

Nel campo "Nome utente POP" digitate il vostro codice (es. mc9781) e in quello "Server notizie (NNTP)" scrivete "news.mclink.it", segnalando al programma il nome del server a cui fare riferimento per il collegamento ai newsgroup. Selezionate infine la linguetta "Identità" (fig.3) e scrivete il vostro nome nella apposita casella. Nei campi "Il tuo indirizzo E-Mail" e "Rispondi all'indirizzo" ripetete il vostro indirizzo di posta elettronica ad es. mc9781@mclink.it, dove al posto di mc9781 scriverete il vostro codice. Cliccate su OK. In questo modo Netscape saprà tutto ciò che gli serve per consentirvi di scambiare messaggi di posta elettronica e collegarvi ai Newsgroup di Usenet (ci ritorneremo sopra in futuro). In ultimo, ma non per questo meno importante, dobbiamo indicare al navigatore qual è il nome del *"Proxy Server"* che intendiamo usare,

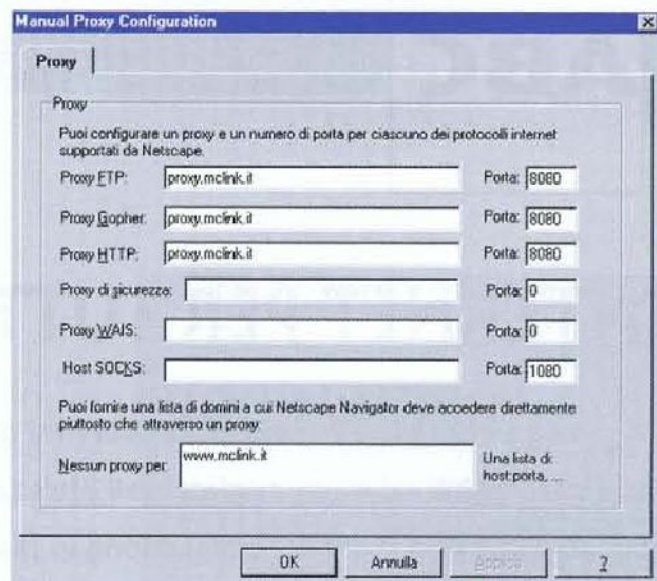



Fig. 4 - Nelle impostazioni del proxy dobbiamo indicare al programma il nome del server proxy a cui deve fare riferimento durante la navigazione.

Il proxy

Ormai credo sia chiaro che un provider che offre connettività a Internet, per poterlo fare correttamente, deve essere provvisto di una serie di "macchine", che rispondono al nome di server, le quali svolgono una serie di funzioni essenziali consentendo una corretta navigazione sulla rete delle reti. Sul numero scorso abbiamo visto che cosa è un server DNS, in questo articolo abbiamo capito che a esplicare il lavoro di ricezione e invio della posta ci pensa un server (il mail server) che svolge la funzione di "ufficio postale". L'unico server di cui non è ancora ben chiara la funzione è il proxy (Proximity Server). La funzione principale del server proxy è quella di memoria tampone, assimilabile in parte alla cache del nostro programma di navigazione, con la differenza che la cache del nostro programma tiene conto solo del lavoro svolto dalla nostra macchina mentre il proxy tiene conto di tutto il traffico generato sui server del provider di appartenenza. Infatti esso mantiene in memoria per un certo tempo copia di tutte le pagine dei siti visitati. In questo modo ogni abbonato che richiederà l'accesso ad una pagina già visitata recentemente da un altro abbonato si troverà avvantaggiato in velocità, perché il proxy gli trasmetterà, eseguito un veloce controllo sull'aggiornamento, la pagina che ha in memoria. Solo se al proxy la data e l'ora dell'ultimo aggiornamento della pagina richiesta (controllo che si esegue velocemente per la scarsa quantità di informazioni che devono viaggiare) risulta successiva a quella che tiene in memoria ci farà pervenire l'ultima versione aggiornata creandone una nuova copia per sé.

Quindi il lavoro del proxy assume un'importanza rilevante per la velocità con cui riceviamo le pagine, in particolare per quelle dei siti maggiormente visitati.

Solo in un caso potrebbe essere utile disattivare temporaneamente l'utilizzo del proxy da parte del nostro programma di navigazione, precisamente quando dobbiamo ricevere file molto lunghi (immagini, programmi e software in genere) scaricati dai siti dove sono a disposizione. Questo perché il proxy tiene in memoria temporanea anche la copia dei file ricevuti provenienti da altri siti. Se per caso, in un precedente download, fosse arrivata una copia incompleta a causa di disturbi di ricezione, sul proxy ne resterebbe comunque una copia corrotta e noi rischieremmo di ricevere proprio quella. Un esempio reale: recentemente ho "scaricato" dal sito Microsoft l'ultima versione (la più completa) di Explorer 3.0 in italiano (9.707 Mbyte!). Dopo circa 50 minuti la ricezione risultava ultimata e chiudevo il collegamento per eseguire l'installazione del nuovo programma. Sorpresa! L'installazione non partiva. Dopo alcuni tentativi eseguivo una verifica sulla grandezza del file ricevuto, risultava di circa 8 Mb, quindi era incompleta, mi ero dimenticato di disattivare il proxy, 50 minuti di telefonata buttati. Infatti, sul proxy era presente una copia incompleta dello stesso file rimasta così forse perché chi aveva tentato di riceverlo prima di me ha deciso di interrompere, chissà per quale motivo a 8 Mb, la ricezione, o forse la causa è stata un disturbo sulla linea. Pazienza! Sbagliando o dimenticando s'impara. Siete avvertiti.

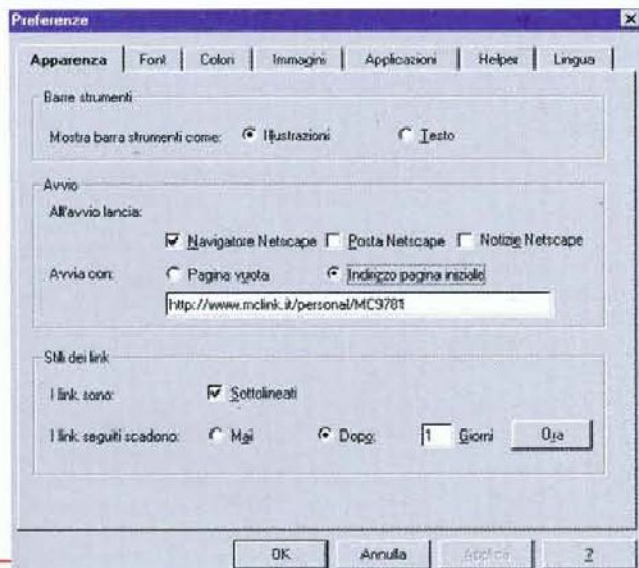



Fig. 1 - Nella finestra Apparenza delle preferenze di Netscape dobbiamo decidere da quale pagina iniziare la nostra navigazione. Essa può essere quella che desideriamo, basta scriverne l'indirizzo nel campo "Avvia con" e selezionare il comando "Pagina iniziale".

Preferenze
Apparenza | Composizione | Server | Identità | Organizzazione
Posta
Server posta in partenza (SMTP): mail.mclink.it
Server posta in arrivo (POP): mail.mclink.it
Nome utente POP: mc9781
Directory posta: C:\Program Files\Netscape\Navigator\Mail
Massima dimensione messaggio: Nessuno Dimensione: 0 KB
I messaggi sono copiati dal server nel disco locale, poi vengono:
Eliminati dal server Lasciati sul server
Controlla la posta: Ogni 10 minuti Mai
Notizie
Server notizie (NNTP): news.mclink.it
Directory notizie RC: C:\Program Files\Netscape\Navigator\News
Ricevi: 3000 Messaggi per volta (massimo 3500)
OK Annulla Applica ?

Fig. 2 - Nelle opzioni da configurare per la posta elettronica (finestra "Server"), dobbiamo indicare il nome del server a cui fare riferimento per la ricezione e l'invio della posta elettronica.

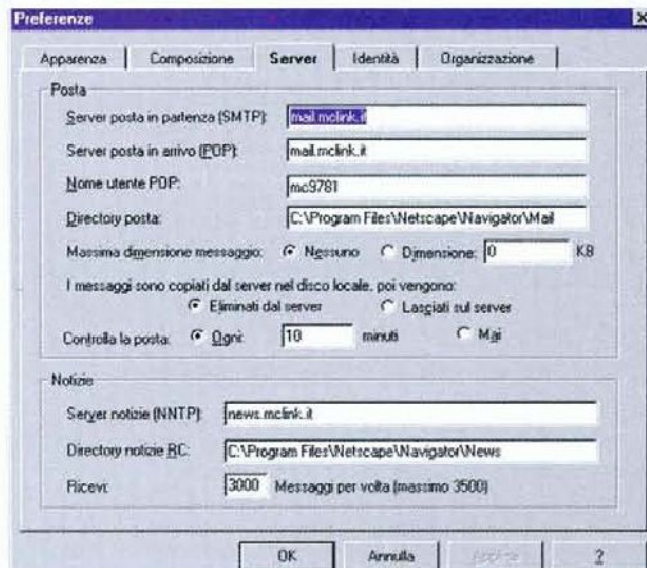
no essere attivate (modalità di visualizzazione dei caratteri, dei colori, delle immagini; caratteristiche della connessione; opzioni di sicurezza; e così via), sia perché con la stragrande varietà di funzioni accessorie svolte dai browser (lettura ed invio della posta elettronica; lettura ed invio delle News; possibilità di attivare estensioni quali Java, o moduli esterni caricabili plug-in; e così via) all'utente viene lasciata tutta una serie di decisioni riguardanti le modalità con cui egli vuole che questi servizi vengano espletati. Da qui sorge, spesso, un problema pratico: le opzioni di configurazione sono così tante, e spesso di natura piuttosto tecnica, che l'utente inesperto tende ad ignorarle lasciandole al loro valore predefinito impostato automaticamente dal browser al suo primo avvio. E fin qui nulla di male: generalmente, infatti, i valori di default funzionano bene, anche se magari non predispongono il browser al funzionamento più ottimale. Però alcuni parametri sono obbligatori ed il browser non è in grado di stabilirli da solo (ad esempio il vostro indirizzo di posta elettronica, necessario per consentirvi di ricevere la e-mail), quindi dovete dirglieli voi. Inoltre si può cercare di ottimizzare il funzionamento del proprio browser in funzione delle caratteristiche tecniche del PC e della connessione di cui si dispone, agendo su altri parametri; ma ovviamente non si possono "dare i numeri", perché il risultato finale sarebbe inevitabilmente un funzionamento peggiore o addirittura un malfunzionamento.

Insomma, la fase di configurazione è importante e delicata. In questo articolo ci soffermeremo solamente sulla configurazione "di base", quella indispensabile al corretto funzionamento del browser. Più in là torneremo sull'argomento per vedere le opzioni più sofisticate e suggerire per ciascuna i valori più opportuni a seconda del caso.

Installazione di Netscape

L'installazione di Netscape si esegue in modo estremamente semplice: dobbiamo limitarci ad eseguire il programma di installazione dal comando "Esegui" del menu di avvio di Windows 95; dopo una fase iniziale di preparazione ci sarà chiesto se siamo d'accordo sulla directory scelta di default o se preferiamo installarlo in un'altra, dopodiché l'installazione proseguirà automaticamente creando, alla fine, anche la cartella Netscape nel menu di avvio e l'icona sulla scrivania.

Configurazione di Netscape

Netscape essenzialmente svolge tre funzioni: "navigare" da un sito all'altro, gestire i messaggi di posta elettronica, collegarci ai newsgroup. E' basilare pertanto indicargli il nostro nome, il nostro indirizzo di posta elettronica e informarlo su quali sono i server (per continuare con esempi marittimi potremmo definirli "i fari") a cui dovrà fare riferimento per le varie funzioni. Le indicazioni che leggerete qui di seguito si riferiscono al provider MC-link e vanno utilizzate solo se siete abbonati ad esso, in caso di provider diverso sarà egli stesso a fornirvi i parametri corretti da inserire.

Per eseguire dunque questa configurazione di base avviate il programma (potete farlo anche se non siete collegati telefonicamente alla rete), cliccate sul pulsante posto in alto, contrassegnato da un punto rosso, in modo da interrompere la ricerca della pagina iniziale (pagina che il programma non può trovare perché non siete collegati) e cliccate su Opzioni; selezionate nel menu la riga "Preferenze generali" e nella finestra che vi appare (fig.1) selezionate la linguetta "Apparenza". Digitate nel campo "Avvia con" l'indirizzo della *home page* con cui volete iniziare la navigazione. Di solito viene utilizzata la pagina del provider a cui siamo abbonati, nel nostro caso l'indirizzo sarà: **http://www.mclink.it**, in questo modo ad ogni avvio di Netscape esso si collegherà automaticamente alla home page di MC-link. Cliccate su OK.

Cliccate ancora su Opzioni e selezionate la riga "Preferenze posta e notizie", selezionate la linguetta "Server" e nella finestra che si apre (fig. 2) scrivete

Fig. 5 - Anche in Internet Explorer dobbiamo indicare con quale pagina vogliamo che il programma inizi il collegamento.

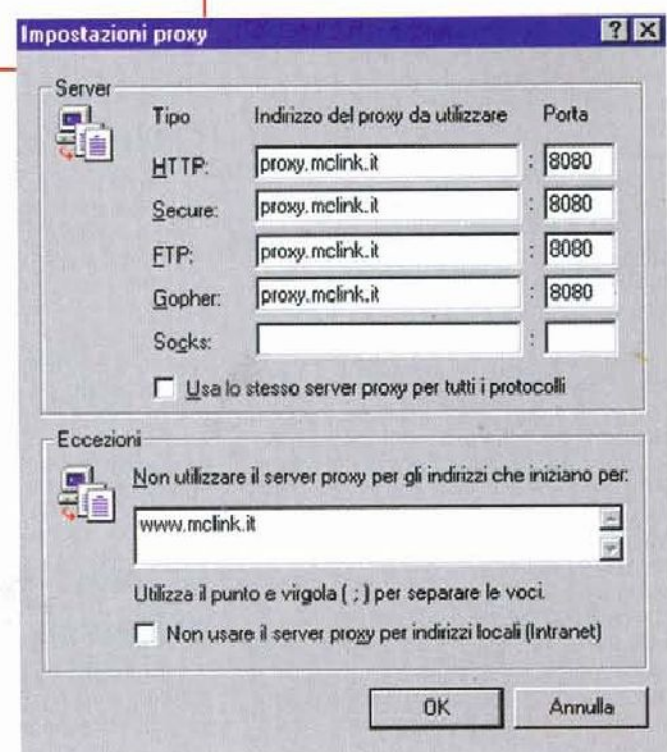
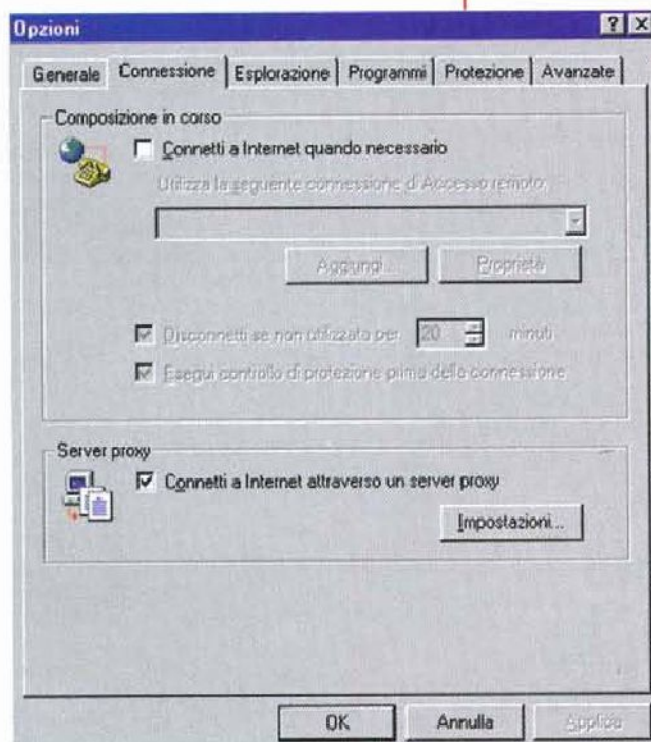
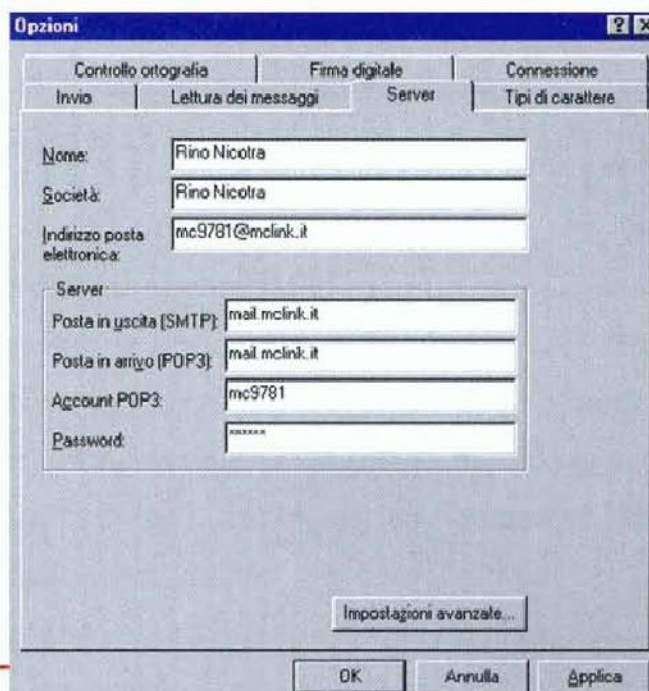
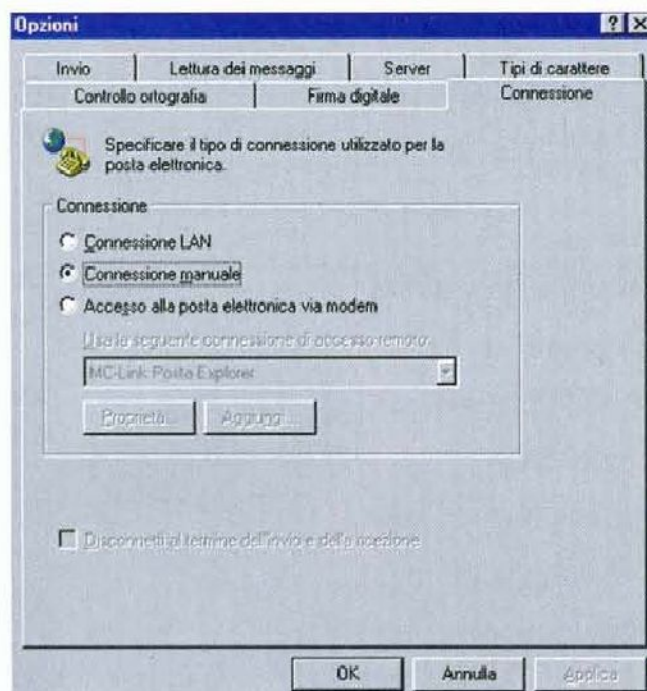
se intendiamo usarne uno. Tipicamente conviene usarlo, se il provider cui siete abbonati ve ne mette a disposizione uno. (Per le funzioni da esso svolte vedi il riquadro "Il proxy"). Procedete dunque come segue: cliccate ancora su Opzioni e selezionate la riga "Preferenze rete"; nella finestra che vi appare selezionate "Configurazione manuale del proxy" e cliccate su Visualizza. Nella finestra che si apre (figura 4), ripetete nei campi "Proxy FTP", "Proxy Gopher" e "Proxy HTTP" la riga "proxy.mclink.it", mentre nelle tre porte corrispondenti scrivete il numero "8080". Nel campo "Nessun proxy per" scrivete la riga: www.mclink.it, cliccate su OK e ancora su OK nella finestra precedente.

Ora Netscape è configurato e siete pronti per navigare sulla rete e consultare la vostra posta elettronica.

L'installazione di Explorer

Come abbiamo già segnalato sullo scorso numero di MCmicrocomputer, affinché un programma di navigazione funzioni dobbiamo prima configurare quello di connessione con cui abbiamo intenzione di effettuare il collegamento (altrimenti non riusciremmo neanche a connetterci) e altrettanto dobbiamo fare con il protocollo di rete TCP/IP (vedi Mcmicrocomputer n. 166 pag. 244). Se questo è vero per tutti i programmi di navigazione (Netscape compreso) lo è un po' meno per Explorer, infatti sarà l'installazione stessa del programma a chiederci (nel caso non lo avessimo già fatto prima) l'inserimento dei parametri necessari alla connessione. Quindi se non avete già installato i dispositivi di cui abbiamo parlato sullo scorso numero (Accesso Remoto e il protocollo TCP/IP), tenete a portata di mano MCmicrocomputer n. 166 e il CD-ROM o i dischetti di Windows 95 perché durante l'installazione di Explorer saranno richiesti per l'installazione in automatico dei programmi mancanti. Come per Netscape alla fine dell'installazione troverete nel menu di avvio e sulla scrivania l'icona di Explorer necessaria all'avvio del programma.

Figg. 6 e 7 - La configurazione di Explorer è sostanzialmente simile a quella di Netscape, anche qui dobbiamo indicare il nome del server che ha funzione di proxy durante la navigazione.

Figg. 8 e 9 - Anche in questa fase si ripete quanto già fatto per la configurazione di Netscape: dobbiamo inserire il nostro nome, il nostro indirizzo di posta elettronica e il nome del server che gestisce la posta in arrivo e in partenza.

La configurazione di Explorer

Le operazioni da eseguire per configurare Internet Explorer sono sostanzialmente simili a quelle già descritte per Netscape: nomi e numeri sono naturalmente gli stessi, e vanno collocati nei campi equivalenti anche se qualche volta varia leggermente il modo con cui alcuni di essi vengono definiti. Ma vediamoli nel dettaglio.

Avviamo Explorer cliccando sull'icona presente sulla scrivania, blocchiamo la ricerca della pagina iniziale cliccando sul pulsante "Termina" contrassegnato da un pallino rosso recante una X. A questo punto andiamo ad indicare il nome della pagina con cui vogliamo che inizi la nostra navigazione. Dal menu "Visualizza" selezioniamo la riga "Opzioni". Apparirà una finestra con, in alto, sei linguette di scelta. Selezioniamo la linguetta "Esplorazione" (fig. 5), nel campo "Elemento" inseriamo la riga "Pagina iniziale" mentre in quello "Indirizzo" scriviamo il nostro indirizzo di preferenza. Come abbiamo già detto, di solito viene inserito l'indirizzo della home page del provider con cui siamo abbonati. Passiamo ora alla linguetta "Connessione" (fig. 6), nel riquadro Server Proxy selezioniamo "Connetti a Internet attraverso un server proxy" e clicchiamo su impostazioni. Si aprirà la finestra in figura 7, scriviamo nel primo campo la riga "proxy.mclink.it" e in quello della porta corrispondente inseriamo il numero "8080". Selezioniamo il comando "Usa lo stesso server proxy per tutti i protocolli". Nel riquadro eccezioni digitiamo l'indirizzo "www.mclink.it". In questo modo abbiamo segnalato al programma il nome del server proxy di riferimento, e per quale indirizzo, invece, non vogliamo venga utilizzato.

Per configurare le opzioni di posta elettronica (la versione 3.0 di Explorer, a differenza delle precedenti, è completa di programma per la gestione della posta elettronica) dobbiamo passare al menù "Posta" e selezionare la riga "Leggi posta". Si aprirà la schermata del programma di gestione della posta elettronica. Selezioniamo il menu "Posta elettronica" ed andiamo a inserire il nostro nome, indirizzo e ad indicare al programma il nome del mail server. Selezioniamo la riga "Opzioni", apparirà una finestra con sette linguette di scelta, selezioniamo la linguetta "Connessione" e si aprirà la finestra in figura 8, nel riquadro "Connessione" selezionate "Connessione Manuale".

Selezionate ora la linguetta "Server" (fig. 9), nel campo "Nome" inserite il vostro nome e in quello "Azienda" il nome della vostra Azienda (potete anche riscrivere il vostro nome o lasciarlo vuoto), nel campo "Indirizzo di posta elettronica" digitate il vostro indirizzo (es. mc9781@mclink.it). Nel riquadro "Server" dobbiamo segnalare quali sono i mail server di riferimento quindi scriveremo "mail.mclink.it". Nel campo "Account POP 3" inserite il vostro codice (es. mc9781) ed in quello password la vostra password. Cliccate su "Applica" e chiudete la finestra. Explorer ora è configurato ed è pronto per iniziare la navigazione.

Ricapitoliamo in breve la procedura da seguire per il collegamento: avviamo la connessione di "Accesso Remoto" che abbiamo creato e chiamato MC-link ("ABC" MCmicrocomputer n. 166), appena ci appare il messaggio di benvenuto seguito dal segno @ scriviamo il nostro codice e, successivamente, la nostra password. Appena appare la dicitura "Attivare il proprio software PPP" cliccate sul pulsante F7 presente sulla stessa finestra di dialogo e avviate il vostro programma di navigazione. Dopo qualche secondo, tempo necessario affinché si concluda la procedura di riconoscimento e accesso alla rete, vi apparirà la pagina dalla quale inizierete la navigazione.

Buon divertimento!

MC

a cura
di Corrado Giustozzi

INTERNET PER TUTTI

Sullo scorso numero di MCmicrocomputer, sempre nella rubrica ABC, avevo definito la terza parte di "Internet per tutti" come ultima dedicata alla rete delle reti, ripromettendomi di ritornare sull'argomento e approfondirne l'aspetto che riguarda la configurazione dei navigatori, in tempi futuri. Ripensandoci, mi è sembrato più logico che tale approfondimento avvenisse come seguito alla configurazione di base trattata nella terza parte, ed ecco che, a costo di sembrare monotono, vi propongo la quarta (chissà se ultima) parte di "Internet per tutti".

Quarta parte

di Rino Nicotra

Configurare: secondo la Rizzoli Larousse significa *"rappresentare una cosa con una determinata forma o aspetto"*. In informatica, però, la configurazione si riferisce all'inserimento in un determinato contesto (il programma) delle informazioni necessarie affinché un certo lavoro sia svolto nelle modalità da noi preferite.

Quali sono le modalità da preferire? In realtà già la configurazione di base, quella predisposta all'installazione del programma stesso, soddisfa un'alta percentuale degli utilizzatori, soprattutto se a questi interessa semplicemente navigare sulla rete e raggiungere i propri obiettivi (i siti) senza porsi troppi interrogativi sul come opera il navigatore. A chi, invece, piace personalizzare il lavoro del proprio programma possono tornare utili alcune informazioni che permettono in parte di modificare l'aspetto estetico delle pagine, e in parte le funzionalità di navigazione. Anche in questa occasione le informazioni riguarderanno i due programmi di cui abbiamo già parlato sullo scorso numero (Explorer 3.0 e Netscape 2.02 entrambi in italiano) e saranno limitate ai soli dispositivi che anche un utente non esperto può decidere di modificare senza rischiare di compromettere il corretto funzionamento del programma.

Le operazioni che stiamo per eseguire non influiscono in modo rilevante sul funzionamento del programma, ma si limitano a modificare alcune soluzioni (in parte grafiche, in parte di gestione della memoria) che possono rendere più o meno veloce la navigazione. Naturalmente l'incremento di velocità nell'esecuzione delle operazioni andrà a discapito del risultato grafico e della quantità di spazio impegnato sul disco fisso: meno grafica da gestire e più spazio disponibile per la memoria tampone (cache) equivalgono ad una maggiore velocità di attuazione.

In poche parole, vediamo il tema principale della puntata. Parleremo soprattutto della "cache", appunto. Di che si tratta? Semplice: di una sorta di "memoria locale", organizzata dal nostro browser sotto forma di un insieme di file su disco, nella quale il browser stesso mantiene una copia degli elementi più recenti nei quali si è imbattuto. Questi elementi possono essere intere pagine HTML ma anche, ed è un caso assai frequente, le singole immagini GIF in esse contenute. Qual è lo scopo di questa cache? Semplice: serve a rendere più efficiente, ossia veloce, il collegamento Internet. Infatti nella maggior parte dei casi durante la navigazione si passa per pagine già visitate in passato: disponendo di una copia locale dei relativi elementi si evita di doverseli far inviare sulla linea dal server remoto, e quindi si risparmia tempo. Naturalmente la cache viene gestita in modo intelligente: se il nostro browser si accorge (domandandolo al server remoto) che un elemento è stato modificato rispetto alla copia locale, se lo farà rimandare e provvederà a sostituirlo alla copia vecchia, in modo che dalla prossima volta sarà tutto nuova-

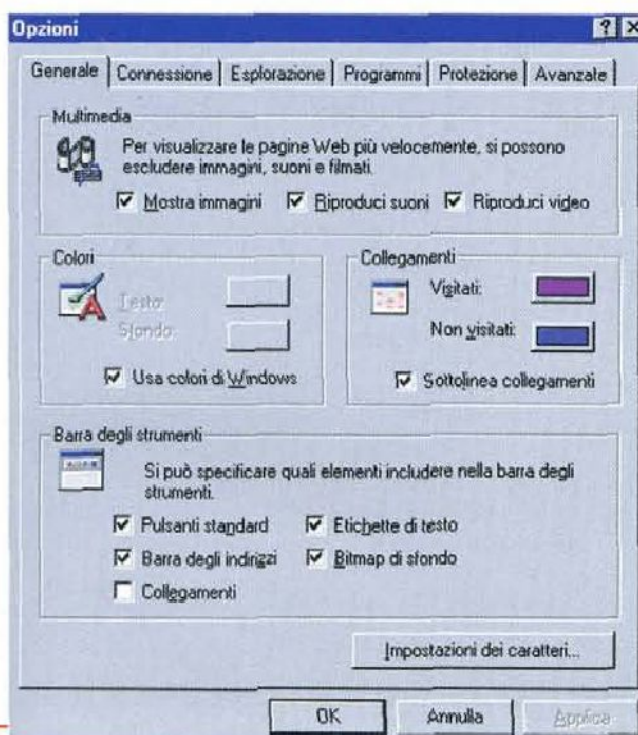



Fig. 1 - Internet Explorer: le opzioni di configurazione generali.

Fig. 2 - Internet Explorer: la configurazione delle modalità di connessione.

mente a posto.

Potrebbe a questo punto sembrare inutile una "configurazione" della cache; ed invece ci sono alcune decisioni da prendere che possono influire sull'efficienza globale di questo meccanismo. Ad esempio quanto spazio dedicare ai file della cache, che tipo di aggiornamento richiedere e così via. Mentre il concetto di base è analogo sia per la cache di Explorer che per quella di Netscape, diverse sono le decisioni e le impostazioni che possiamo attuare.

Ma vediamo il dettaglio delle operazioni e, man mano che andremo avanti, ribadirò i concetti appena espressi.

Explorer 3.0

Lanciato Explorer selezioniamo dal menu "Visualizza" la riga "Opzioni", nella finestra che ci è apparsa (fig. 1) troviamo cinque linguette di selezione (le abbiamo già incontrate sullo scorso ABC nell'eseguire la configurazione di base) che ci consentono di accedere ai vari settori da configurare.

Scegliamo la linguetta "Generale" (ancora fig. 1), su questa finestra troviamo quattro riquadri in cui possiamo eseguire una serie di scelte: nel riquadro "Multimedia" è possibile decidere di non visualizzare le immagini contenute nelle pagine visitate, altrettanto possiamo decidere per i suoni ed i filmati, l'esclusione di queste funzioni, o solo di alcune di esse, permette di ricevere le pagine più velocemente con conseguente velocizzazione della navigazione; nel riquadro "Colori" possiamo decidere il colore del fondo della pagina e del testo in essa contenuta, naturalmente i colori decisi da noi saranno visualizzati solo se nella pagina ricevuta non siano stati già determinati, con appositi comandi del linguaggio HTML (HyperText Markup Language, il linguaggio con cui vengono realizzate le pagine presenti su Internet), in fase di realizzazione; nel riquadro "Collegamenti" possiamo decidere il colore delle parole che hanno funzione di link (parole sulle quali cliccando si salta ad un'altra parte della pagina o ad un'altra pagina), differenziare il colore dei link già cliccati da quelli ancora non cliccati e decidere se visualizzare queste parole (quelle "linkabili") in modo normale o sottolinearle per renderle meglio identificabili; nel riquadro "Barra degli strumenti" possiamo decidere di eliminare la barra dei pulsanti o le etichette che identificano la funzione di ognuno di essi, possiamo eliminare la barra dell'indirizzo (il campo con il fondo bianco dove si legge l'indirizzo del sito in cui ci troviamo) e quella dei collegamenti, in questo modo riduciamo lo "spessore" della cornice che contiene tutti i comandi e cediamo più spazio alla schermata della pagina avendone una visione più ampia, possiamo anche eliminare la bitmap che crea le striature grigio chiaro sullo stesso sfondo grigio della cornice. Cliccando su "Impostazioni carattere" possiamo decidere con quale carattere visualizzare il testo contenuto nelle pagine.

Selezioniamo ora la linguetta "Connessione", nel riquadro "Composizione in corso" (fig. 2) possiamo scegliere se attivare la connessione di Accesso Remoto con cui normalmente effettuiamo il collegamento direttamente cliccando sull'icona di Explorer (quella del mappamondo con una lente sovrapposta e identificata con il nome Internet). In questo modo, una volta cliccato sull'icona, apparirà la finestra della connessione di Accesso Remoto e dovremo cliccare su "Connetti", eseguire la normale procedura di connessione (vedi ABC n. 166 e n. 167) e, una volta cliccato su

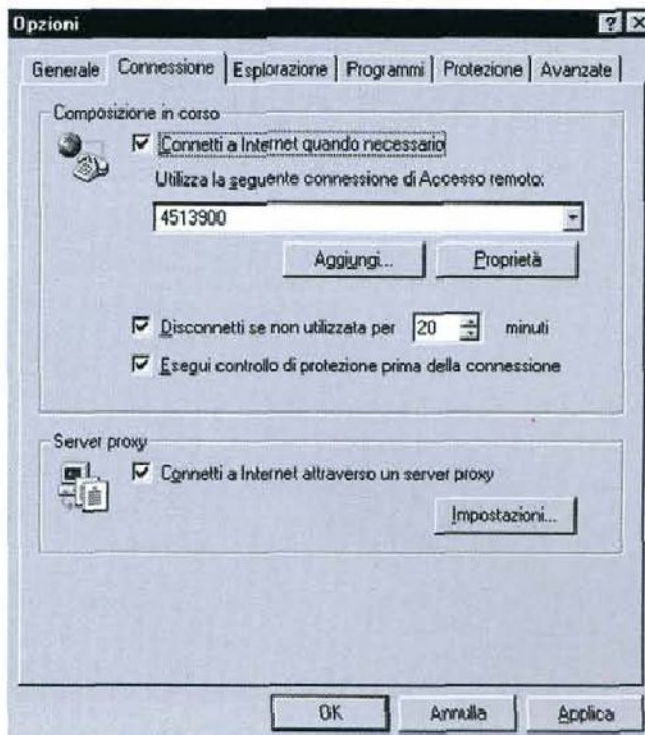
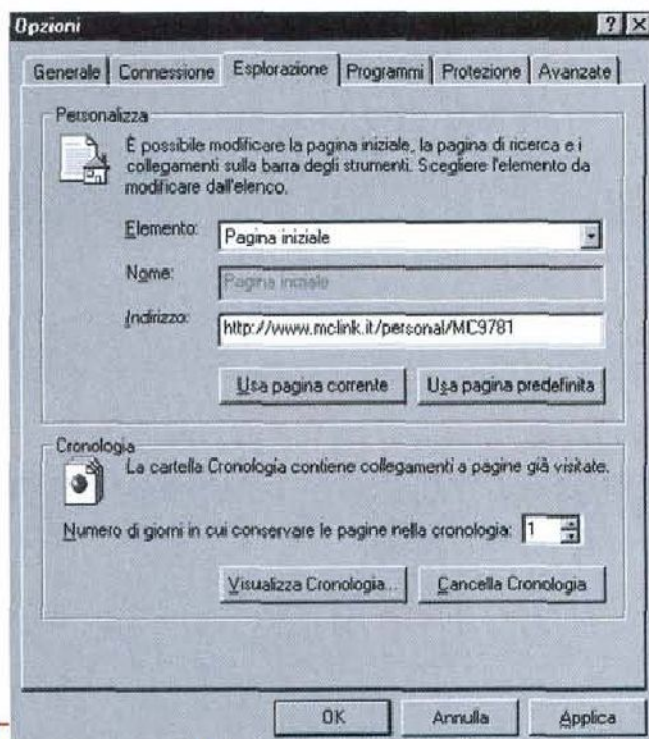



Fig. 3 - Internet Explorer: configurazione della home page e della cronologia

Opzioni

Generale | Connessione | Esplorazione | Programmi | Protezione | Avanzate

Avvisi

- Avvisa prima di inviare ad una connessione aperta
- Avvisa se si cambia da modalità protetta a non protetta
- Avvisa per i certificati di sito non validi
- Avvisa prima di accettare "cookies"

File temporanei Internet

Le pagine aperte su Internet vengono collocate in una cartella speciale per una successiva visualizzazione rapida.

Visualizza file... | Impostazioni...

- Mostra URL brevi
- Evidenzia i collegamenti selezionati
- Usa scorrimento continuo
- Usa fogli di stile
- Attiva compilatore Java JIT
- Registra attività Java

Impostazioni della crittografia...

OK | Annulla | Applica

Fig. 4 - Internet Explorer: opzioni avanzate

F7, Explorer, già avviato, visualizzerà la pagina di partenza. Il riquadro "Server Proxy" lo abbiamo già configurato la volta scorsa nella configurazione di base.

Clicchiamo ora su "Esplorazione" e ci apparirà la finestra in fig. 3, anche il riquadro "Personalizza" fa parte della configurazione di base eseguita sul numero scorso, quindi la parte che ci interessa è il riquadro "Cronologia". La cronologia di Microsoft Explorer, in realtà, non è altro che la cache del programma, cioè quel dispositivo che ricorda tutto il lavoro svolto durante la navigazione, conservando il nome delle pagine visitate all'interno di una directory chiamata appunto cronologia e memorizzando le sue parti (le immagini) in un'altra directory chiamata "Temporary Internet Files".

In che modo possiamo ottimizzare il lavoro della cache? Dipende dalle nostre preferenze. Una cache che tiene in memoria, per lungo tempo, tutto il nostro lavoro sicuramente porta i suoi vantaggi, ma rischia di occupare uno spazio esagerato sul nostro hard-disk. Altresì difficilmente le pagine in linea su Internet restano per troppo tempo invariate, anche se di poco conto alcuni aggiornamenti vengono sempre eseguiti, rendendo parzialmente inutile la copia in nostro possesso sul disco. Perciò credo che, a meno di particolari esigenze, la soluzione migliore sia quella di ridurre a pochi giorni la giacenza delle pagine nella cronologia, in modo da creare periodicamente spazio alle nuove pagine.

Se decidessimo di assegnare il valore "uno" ai giorni di giacenza otterremo una cache che esegue il suo lavoro solo durante i collegamenti della stessa gior-

Temporary Internet Files

File Modifica Visualizza ?

Nome	Indirizzo Internet	Dime...	Scadenza	Ultima modifica	Ultimo accesso	Ultimo controllo
acs48.gif	http://www.mclink.it/gifs/gifs/ac...	3,02KB	Nessuno	09/08/96 18.50	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
aip.gif	http://www.mclink.it/n/aip.gif	1,20KB	Nessuno	03/05/96 11.53	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
altro.htm	http://www.mclink.it/personal/M...	2,31KB	Nessuno	Nessuno	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
anfov.gif	http://www.mclink.it/n/anfov.gif	1,58KB	Nessuno	19/09/96 18.06	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
ARROW15.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	992 b...	Nessuno	05/10/96 10.40	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
audio49.gif	http://www.mclink.it/gifs/gifs/au...	2,55KB	Nessuno	09/08/96 18.50	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
bacchettecon.gif	http://www.mclink.it/n/bacchett...	1,11KB	Nessuno	05/10/96 15.47	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
bacchettetec.gif	http://www.mclink.it/n/bacchett...	1,33KB	Nessuno	05/10/96 15.47	02/11/96 9.36	02/11/96 9.35
bianco.gif	http://www.mclink.it/gifs/bianco.gif	49 byte	Nessuno	09/08/96 13.55	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
dell01 u.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	1,13KB	Nessuno	05/10/96 10.42	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
fondino2.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	3,54KB	Nessuno	17/09/96 15.44	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
freccia.gif	http://www.mclink.it/n/freccia.gif	163 b...	Nessuno	05/10/96 15.47	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
glasses.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	947 b...	Nessuno	17/09/96 15.44	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
home.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	1,16KB	Nessuno	17/09/96 15.44	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
icon.gif	http://www.mclink.it/home/spon...	10,9KB	Nessuno	30/04/96 14.52	02/11/96 9.33	02/11/96 9.33
icon.gif	http://www.mclink.it/home/spon...	1,78KB	Nessuno	02/10/95 11.25	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
icon.gif	http://www.mclink.it/home/spon...	1,69KB	Nessuno	07/10/95 10.46	02/11/96 9.32	02/11/96 9.32
icon.gif	http://www.mclink.it/home/spon...	4,04KB	Nessuno	08/05/96 15.38	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
ie.gif	http://www.mclink.it/gifs/ie.gif	8,91KB	Nessuno	10/10/96 17.18	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
indexa.htm	http://www.mclink.it/personal/M...	2,61KB	Nessuno	Nessuno	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
logopag.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	1,32KB	Nessuno	07/10/96 23.15	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mc27.gif	http://www.mclink.it/gifs/gifs/mc...	2,26KB	Nessuno	09/08/96 18.50	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
MC9781	http://www.mclink.it/personal/M...	554 b...	Nessuno	Nessuno	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mcl.gif	http://www.mclink.it/n/mcl.gif	2,56KB	Nessuno	19/09/96 13.53	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mclink2.gif	http://www.mclink.it/personal/M...	3,18KB	Nessuno	05/10/96 10.40	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mcln.gif	http://www.mclink.it/n/mcln.gif	2,43KB	Nessuno	19/09/96 14.05	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mcw.gif	http://www.mclink.it/n/mcw.gif	2,59KB	Nessuno	19/09/96 14.05	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mul.gif	http://www.mclink.it/n/mul.gif	2,78KB	Nessuno	19/09/96 14.06	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36
mul80.gif	http://www.mclink.it/n/mul80.gif	1,74KB	Nessuno	03/09/96 17.15	02/11/96 9.36	02/11/96 9.36

Oggetti: 43

Fig. 5 - Internet Explorer: i file della cronologia

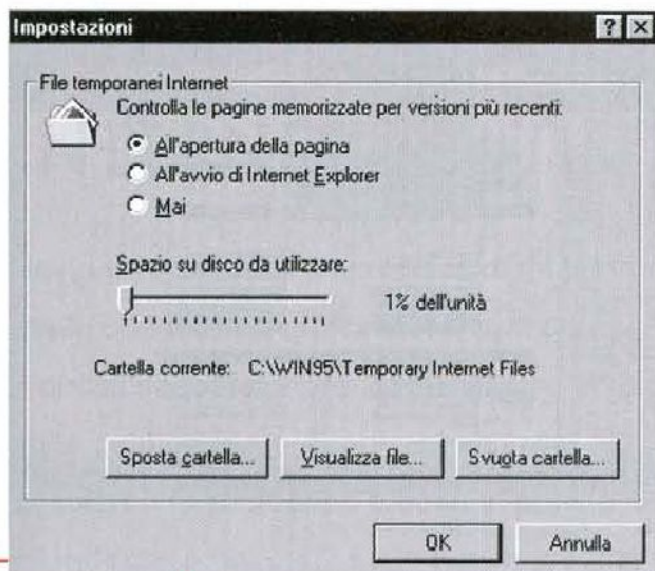



Fig. 6 - Internet Explorer: configurazione dei file temporanei.

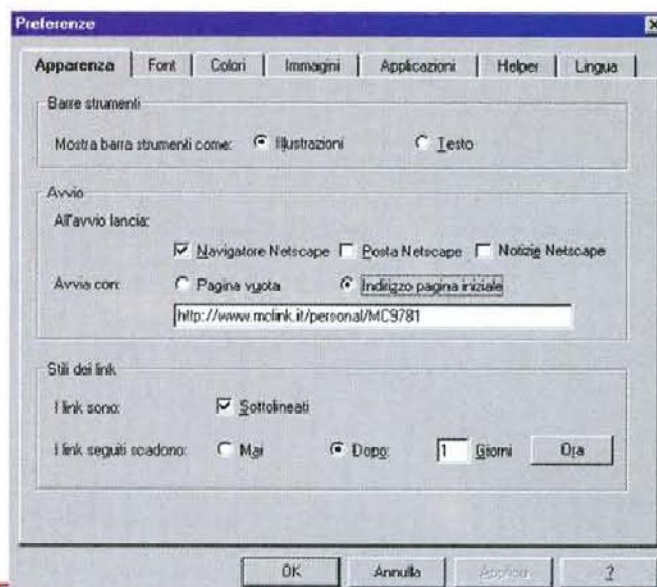



Fig. 7 - Netscape: configurazione dell'aspetto.

nata, ripulendosi automaticamente al cambio di data; se il valore assegnato fosse "zero" la cronologia si azzererebbe alla fine di ogni sessione di Explorer.

Ma "Cronologia", come accennato prima, non esegue questa funzione da sola, essa si limita a memorizzare l'elenco delle pagine visitate mentre è nella directory "Temporary Internet Files" che viene mantenuta la parte più "pesante" delle pagine: le immagini.

Torniamo, quindi, alla finestra "Opzioni" e clicchiamo sulla linguetta "Avanzate" (fig. 4), in questa finestra vediamo due riquadri e una serie di comandi che possiamo decidere se mantenere selezionati o deselezionare.

Focalizziamo la nostra attenzione nel riquadro "File Temporanei Internet" e clicchiamo su "Visualizza file", la finestra che stiamo ora visualizzando (fig. 5) è la directory che contiene l'elenco delle immagini e delle pagine fino a quel momento visitate da Explorer, con tanto di data di scadenza, di ultimo controllo, di ultimo nostro accesso e ultima modifica rilevata. E' questa la directory che dobbiamo cercare di mantenere "snella" per evitare di appesantire troppo il nostro hard-disk.

Purtroppo Explorer non ci permette di decidere direttamente lo spazio massimo che deve occupare la directory ma solamente di stabilire la percentuale di disco rigido che essa deve rappresentare. In pratica: se decidessimo una percentuale del 5% e il nostro HD è di 1 Gigabyte, 50 Mega sarebbero riservati alla "Temporary Internet Files".

Dobbiamo, quindi, limitare la percentuale a valori bassissimi (1-2%). Come fare?

Torniamo alla finestra "Avanzate" (fig. 4) e clicchiamo su Impostazioni, si aprirà la finestra in fig. 6. Su questa finestra, spostando con il mouse il cursore posto al centro, possiamo variare la percentuale di disco rigido da impegnare. Naturalmente dobbiamo tenere conto della grandezza del nostro hard-disk.

Prima di chiudere questa finestra dobbiamo anche decidere quando fare effettuare a Explorer il controllo sull'aggiornamento delle pagine.

Abbiamo tre possibilità: "mai", in questo modo anche se la pagina avesse subito modifiche continueremmo a vedere quella non aggiornata; "all'avvio di Explorer", in questo modo il programma, appena avviato, eseguirebbe il controllo di tutte le pagine in memoria, anche di quelle che non visiteremo più; "all'apertura della pagina", il controllo sarà effettuato solo al momento di visitare la pagina.

A voi la scelta.

A questo punto abbiamo ulteriormente perfezionato la configurazione di Explorer, aggiungendo alle informazioni basilari necessarie al corretto funzionamento, anche alcune preferenze personali che ci faranno utilizzare meglio il nostro programma di navigazione.

Le altre opzioni di cui non abbiamo parlato è preferibile che rimangano nella condizione di default.

A meno che non siate utenti esperti e non abbiate particolari esigenze di protezione, controllo e sicurezza, è meglio che resti tutto come sta per evitare che qualche comando male interpretato vada a compromettere il funzionamento del programma.

Netscape 2.02

Come per la configurazione base anche quella più approfondita dei due navigatori è sostanzialmente simile. Le operazioni possibili per determinare una preferenza o un'altra si assomigliano e a parte alcune lievi differenze nella terminologia, i risultati ottenuti sono equivalenti.

Avviamo, quindi, Netscape e clicchiamo sul pulsante rosso per bloccare la ricerca della pagina iniziale. Selezioniamo dal menu "Opzioni" la riga "Preferenze generali". Ci apparirà una finestra (fig. 7) con sette linguette di selezione, selezioniamo la linguetta "Apparenza", nella finestra che vediamo (ancora fig. 7) vi sono tre riquadri: nel riquadro "Barra degli strumenti" possiamo decidere se i pulsanti posti sopra il campo "Indirizzo" debbano recare delle illustrazioni (ad esempio la casetta per la pagina iniziale e il pallino rosso per lo stop) oppure il nome del comando a cui si riferisce; nel riquadro "Avvio" oltre a decidere con quale indirizzo iniziare la navigazione (ABC, MCmicrocomputer n. 167), possiamo decidere se avviare contemporaneamente alla ricezione della pagina iniziale anche quella della posta e delle news; infine nel riquadro "Stili dei

Fig. 8 - Netscape: configurazione della cache.

Fig. 9 - Netscape: le opzioni generali.

link" possiamo decidere se le parole "lincabili" debbano essere sottolineate o no, e dopo quanti giorni il colore di quelle già cliccate debba ritornare all'originale (vedremo più avanti come si decidono i colori).

Ritorniamo al menu "Opzioni" e selezioniamo la riga "Preferenze rete", visualizzeremo una finestra con tre linguette di selezione, scegliamo la linguetta "Memoria tampone" e ci apparirà la finestra in fig. 8.

In questa finestra troviamo gli equivalenti di "Cronologia" e "Temporary Internet Files" di Explorer: la cronologia è definita "Memoria tampone" e il file temporaneo è definito "Memoria disco".

La loro funzione è la stessa, cambia, però, il modo di determinare il loro impegno come spazio.

Non ci sono periodi di giacenza da decidere e limiti da definire in percentuale del disco fisso, ma più semplicemente la quantità di Kilobyte che devono "pesare" sia una che l'altra.

Per l'aggiornamento delle pagine possiamo scegliere se farlo una volta per ogni sessione di Netscape, ad ogni caricamento della singola pagina, oppure mai.

Selezioniamo la linguetta "Collegamenti", nella finestra che visualizziamo possiamo decidere (operazione non consentita con Explorer che decide automaticamente) quante connessioni Netscape può aprire contemporaneamente (le potremmo definire anche "canali di trasferimento"). Più alto sarà il numero dei canali a disposizione e più operazioni il programma potrà svolgere simultaneamente. Ad esempio: visualizzare l'apertura di più immagini contemporaneamente (almeno in apparenza) invece che in modo strettamente sequenziale.

Questa operazione, però, richiede parecchio lavoro e "banda passante", impegnando pesantemente le risorse della macchina e dunque rallentandola un po'. Inoltre essa ha un senso solo se la connessione verso Internet è piuttosto veloce: in caso di modem "lenti" non è utile aumentare il numero di connessioni contemporanee, pena un apparente rallentamento di tutto l'aggiornamento delle pagine.

Quindi, a meno che il vostro computer non sia molto potente e il vostro modem molto veloce, è preferibile lasciare il valore di default pari a quattro. Tutto sommato quattro operazioni in simultanea rappresentano già una buona quantità di lavoro svolto, e non rischiano di stressare troppo le risorse del computer.

Ora clicchiamo ancora una volta su "Opzioni" e osserviamo un momento il menu che si è aperto (fig. 9), oltre alle quattro righe di preferenza che già conosciamo, poniamo particolare attenzione a tre degli altri comandi presenti: mostra barra strumenti; mostra indirizzo; mostra pulsanti directory. I tre comandi si riferiscono alla possibilità di visualizzare o no alcuni pulsanti e campi d'informazioni presenti sulla cornice di Netscape. Ad esempio: se eliminassimo la visualizzazione dell'indirizzo non avremmo più il campo con fondo bianco dove è possibile leggere l'indirizzo della pagina sulla quale ci troviamo o scriverne uno nuovo che ci è stato segnalato; se eliminassimo la visualizzazione della barra degli strumenti scomparirebbero i pulsanti su cui cliccare per tornare alla pagina precedente o a quella di partenza o altro; se eliminassimo la visualizzazione dei pulsanti directory, non sarebbero più visibili i pulsanti su cui cliccare per le novità, le curiosità, le ricerche, ecc.

Come già detto anche per Explorer, il vantaggio che si ottiene eliminando la visualizzazione di alcune di queste righe di comando è quello di rendere meno ingombrante la cornice del programma di navigazione, lasciando più spazio alla pagina, ottenendone una visione più ampia. Sta all'utilizzatore decidere cosa eliminare e cosa no, anche in funzione della grandezza del monitor a disposizione.

Come per Explorer anche per Netscape preferisco fermarmi qui, sono convinto che alla maggioranza degli utilizzatori quanto ancora resta da sapere interessa poco, quindi lasciamo gli altri parametri di configurazione ai più esperti. In futuro, quando saremo diventati tutti un po' più bravi e avremo acquisito, con l'uso, una maggiore confidenza con i programmi di navigazione, tenteremo insieme un ulteriore approfondimento dell'argomento.

Buon divertimento!

MS

INTERNET PER TUTTI

Navigare sulla rete alla ricerca di informazioni non sempre si rivela cosa facile, soprattutto quando non siamo a conoscenza di indirizzi specifici o non abbiamo certezza dell'esistenza di pagine sulle quali reperire quanto ci occorre. In questi casi cosa possiamo fare? A chi o a cosa ci possiamo rivolgere per ottenere gli indirizzi a noi utili? La logica, le pagine gialle di Telecom e i motori di ricerca, ecco alcuni consigli utili sul come muoversi su Internet.

Quinta parte

di Rino Nicotra

Quando abbiamo bisogno di un idraulico o cerchiamo un tappezziere, spesso la soluzione la troviamo nell'elenco del telefono o sulle pagine gialle. Anche trovare il numero telefonico di un semplice abbonato non è difficile: oltre agli elenchi su carta possiamo contare sul "servizio 12", una sorta di segreteria abbonati consultabile telefonicamente.

Ma su Internet esiste un servizio "12" a cui rivolgersi? In un certo senso sì: sulla rete delle reti infatti esistono vari modi di ricerca, non precisi come il "12" o le pagine gialle ma per certi versi più efficaci, soprattutto quando il nostro obiettivo non è quello di individuare un sito specifico ma informazioni varie su un determinato argomento.

Se intendiamo ricercare il sito di un'azienda molto conosciuta come ad esempio la Kodak, la Coca Cola o una fabbrica di automobili, niente di più facile che essa abbia un dominio tutto suo (ricordo che il dominio consiste nell'avere il proprio nome subito dopo la parte iniziale comune a quasi tutti gli indirizzi: http://www.NOME...); in questo caso l'operazione più logica da eseguire è quella di digitare direttamente il presunto indirizzo. Facciamo un esempio pratico: se cerchiamo il sito della Ford Italia è probabile che l'indirizzo sia **http://www.ford.it**, dove "it" sta per Italia: in questo modo se il sito esiste vedremo arrivare la sua pagina principale sul nostro monitor.

Effettuando questo tipo di ricerca è molto importante indicare correttamente il paese dove pensiamo sia residente il sito dell'azienda. Quindi se volessimo trovare la pagina Fiat digiteremo **http://www.fiat.it**, se invece ci interessa la Peugeot digiteremo **http://www.peugeot.fr** (fr sta per France) e così via. Si deve anche considerare la possibilità che una grande azienda possegga siti locali in varie nazioni, ad esempio nel caso di Ford esiste naturalmente il sito

It's 5:00 p.m... Do you know where your employees were today? Sense

NetPartners Company Site Locator

Use this page to search for a company's Web or FTP site. This page uses the Internic's list of registered domain names as the underlying database.

Company Name:

Search Clear

Details

You can search on the following

- A Complete Company Name (Example: NetPartners)

Per la ricerca di domini si può contare con una certa affidabilità sul motore di ricerca Netpart, il suo indirizzo è ***http://netpart.com/company/search.html****.*

Dalla Home Page di MC-link, cliccando su "Ricerche", si raggiunge una pagina dalla quale si possono iniziare ricerche utilizzando vari motori. ***http://www.mclink.it***.

*La pagina di ricerca di Internet Address Finder (**http://www.iaf.net**).*

americano che risponde all'indirizzo **http://www.ford.com**. Vi domanderete come mai "**.com**" e non "**.us**": questo perché quando è nata Internet essa era soprattutto una realtà americana e non vi era ancora la necessità di una suddivisione degli indirizzi per territorio. All'epoca fu pensata una ripartizione solo per settori e quindi nacquero i suffissi **mil** (militare), **edu** (educazione, riferito alle università), **com** (commerciale), **org** (organizzazioni non a scopo di lucro). Questi suffissi restano validi ancora oggi e identificano i siti residenti negli Stati Uniti, mentre per i domini nel resto del mondo dopo il nome principale appare il suffisso del paese di residenza del sito. Ecco perché abbiamo gli indirizzi **http://www.ford.it** per la Ford Italia e **http://www.ford.com** per la Ford statunitense.

I motori di ricerca

Il più delle volte però l'oggetto della nostra ricerca non è facilmente individuabile; spesso si tratta di informazioni su argomenti di cui non siamo certi esistano pagine a loro dedicate, oppure siamo a conoscenza della loro esistenza ma non immaginiamo quale sia l'indirizzo. In questi casi ci sono di valido aiuto i motori di ricerca. Un motore di ricerca è un archivio di indirizzi, un contenitore che ha in memoria milioni di pagine. Questi archivi vengono costantemente arricchiti ed aggiornati in automatico da applicazioni in continua navigazione sulla rete.

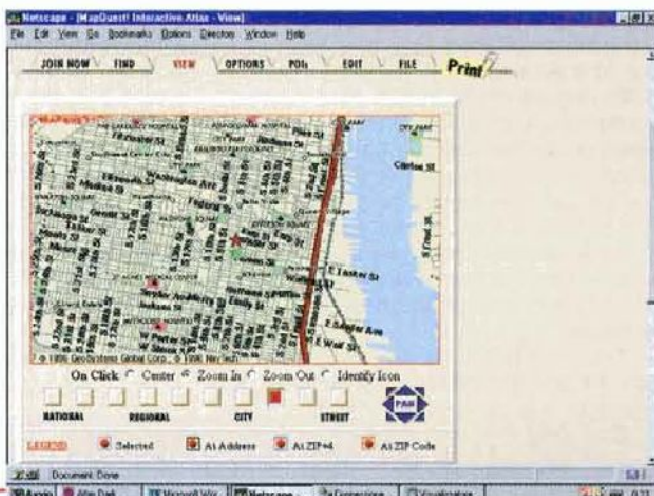
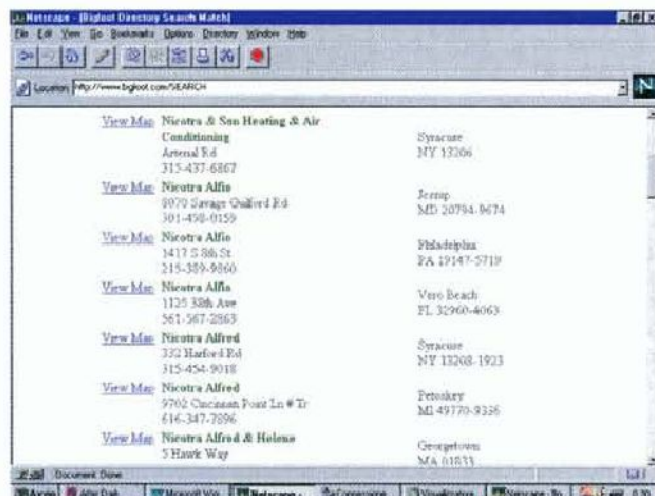
Oltre alle aziende l'obiettivo di una ricerca può essere qualcuno o qualcosa: l'indirizzo di posta elettronica di una persona o la sua pagina personale, una notizia, un'immagine o altro. Esistono motori di ricerca specifici per la ricerca di aziende, altri sono più bravi ad individuare gli indirizzi di posta elettronica, altri ancora sono particolarmente efficaci nella ricerca di informazioni scientifiche, altri invece sportive. Per ogni argomento esiste il motore adatto, o quanto meno più indicato di altri al tipo specifico di ricerca.

L'organizzazione degli archivi varia da motore a motore e variano le procedure di esplorazione delle informazioni residenti: in alcuni casi è possibile eseguire ricerche per argomenti effettuando la scelta direttamente su liste presenti sulla pagina di partenza, in altri casi si devono riempire uno o più campi con parole correlate all'argomento che ci interessa. Spesso sono presenti entrambe le possibilità, a noi decidere se eseguire la ricerca attraverso una lista ed una serie di liste successive, o inserire direttamente nel campo a disposizione la parola, o le parole, chiave per attivare la ricerca.

Aziende e persone

Per trovare il sito di un'azienda, oltre alla modalità accennata precedentemente (valida naturalmente solo per i nomi molto importanti), possiamo affi-

Le Pagine Gialle di Telecom

Nell'articolo ho nominato le Pagine Gialle Telecom, questo utilissimo strumento per la ricerca di servizi e prodotti è presente anche su Internet (**http://www.paginegialle.it/fe-docs/ricerca/index.htm**). L'impiego previsto è lo stesso della versione su carta, con la differenza di non dover sfogliare migliaia di pagine ma semplicemente inserire, in appositi campi, i parametri necessari alla ricerca e attendere la risposta. Non sono certamente utili per trovare indirizzi telematici (non ancora) ma equivalgono all'avere a disposizione nel nostro ufficio tutti i volumi d'Italia. Il tutto a portata di modem.

dare la ricerca a motori specifici come *Netpart* (**http://netpart.com/company/search.html**). Esso è in grado, digitando nell'apposito campo il nome dell'azienda in questione, di segnalare tutti i siti noti al proprio archivio dove sono presenti informazioni correlate alla azienda cercata. Ad esempio se digitassimo General Motors verrebbero segnalati i siti (ufficiali e non) che, in qualche modo, sono legati al colosso dell'industria automobilistica americana (concessionari, preparatori, officine, ecc.).

Per reperire l'indirizzo di posta elettronica di un abbonato alla rete, invece, ci possiamo affidare a *Big Foot* (**http://www.bigfoot.com**) o ad *Internet Address Finder* (**http://Ωwww.iaf.net**). Entrambi sono in grado di segnalare l'indirizzo E-Mail degli abbonati a loro noti. Big Foot, però, non si limita solo a questo. Grazie ad una ricerca di tipo avanzato, il suo motore, collegato ad una sorta di archivio telefonico nazionale (riferito naturalmente ai soli Stati Uniti), ci consente di individuare l'indirizzo, il numero telefonico ed anche il particolare della mappa della città di residenza della persona che ci interessa, con tanto di indicazione sulla cartina del punto esatto riferito al numero civico! Così se proprio non possiamo inviare una E-Mail, per lo meno possiamo scrivere una normale lettera o fare una telefonata all'interessato. Più di così... Di Big Foot esiste anche la "succursale" svizzera (**http://www.bigfoot.ch**), leggermente semplificata rispetto all'edizione americana ma pur sempre efficace per la ricerca degli abbonati elvetici. Chissà a quando l'edizione italiana...

*Con il motore di ricerca Big Foot (**http://www.bigfoot.com**) oltre ad eseguire ricerche sugli indirizzi di posta elettronica, si possono reperire numeri di telefono e indirizzi con tanto di mappa della città e indicazioni sul punto esatto di residenza della persona interessata.*

Argomenti

Per eseguire ricerca di informazioni per argomenti utilizzando le liste, prendiamo a campione il motore *Web Crawler* (**http://webcrawler.com/**), dobbiamo cliccare sull'argomento che ci interessa, ad esempio "Arte e letteratura", successivamente potremo scegliere tra musei, letteratura, storia, poesia, teatro e altro. Eseguita la nostra scelta ci sarà mostrato l'elenco degli indirizzi noti all'archivio, e potremo raggiungerli con un semplice clic del mouse.

Per eseguire la ricerca con l'inserimento delle parole chiave è molto importante consultare le istruzioni di ogni singolo "motore", per capire i criteri

La home page di Yahoo. ***http://www.yahoo.com***

con cui sarà effettuata l'indagine. Generalmente è sufficiente digitare una o più parole e avremo come risultato l'elenco delle pagine in cui quelle parole sono contenute, anche solo una di esse. Ad esempio se inseriamo le parole calcio e campionato, ci vengono segnalate sia le pagine che contengono entrambe le parole sia quelle che contengono solo una di esse. Naturalmente la precedenza nell'ordine di presentazione viene data alle pagine che contengono entrambe le parole.

Alcuni motori di ricerca, come *Altavista* (**http://altavista.digital.com/**), prevedono la possibilità di applicazione di alcuni operatori che consentono ricerche più precise. Nel caso delle parole prese ad esempio, su Altavista il risultato della ricerca è di circa 4.000 indirizzi, se vogliamo individuare solo le pagine che contengono entrambe le parole (non necessariamente vicine) dobbiamo scrivere **calcio +campionato**, in questo caso il risultato si restringe a 60 indirizzi (i risultati sono riferiti alla data in cui ho effettuato la ricerca). Se vogliamo raggiungere l'obiettivo in modo ancora più mirato è possibile scrivere la serie di parole tra virgolette ad esempio **"campionato di calcio"**, in questo modo ci vengono segnalate solo le pagine che contengono la stringa intera così come è scritta e il risultato si restringe a 4 indirizzi. Naturalmente è possibile utilizzare contemporaneamente più operatori: ad esempio se scriviamo **Totò cinema italiano**, il risultato è di 60.000 indirizzi; se scriviamo **Totò "cinema italiano"**, il risultato è di 600 indirizzi; se scriviamo **Totò +"cinema italiano"**, il risultato è di 64 indirizzi. E' possibile utilizzare un operatore di sottrazione ad esempio **vino-rosso**, in questo caso la ricerca terrà conto solo delle pagine in cui è contenuta la parola "vino" e assente la parola "rosso" (risultato 10.000 indirizzi). Digitando **image:moon.jpg** troveremo siti che contengono immagini formato jpg della luna, mentre digitando **host:mclink.it** avremo un lungo elenco di pagine residenti su MC-link. Queste e molte altre sono le possibilità di esplorazione con un motore di ricerca, le informazioni sulle modalità d'uso sono presenti nell'help del sito.

Un motore che sicuramente merita molta attenzione è *Yahoo* (**http://www.yahoo.com**). Esso non solo può essere definito come la prima vera area di ricerca nata su Internet, ma raccoglie su di sé molto efficacemente tutte quelle che sono le ipotesi di esplorazione. Yahoo lavora in simbiosi con Altavista, sfruttando di questo le sue peculiarità a proposito di ricerca con parole chiave, e segnala direttamente sulle sue pagine i link per raggiungere altri motori per poter eseguire indagini con modalità diverse. Dispone di un menu tutto particolare per eseguire ricerche ad albero, è attento ad argomenti dedicati ai bambini, ai risultati sportivi, alle notizie del giorno, agli eventi importanti e così via. Accetta quesiti con operatori "and" e "or", consente di effettuare ricerche di indirizzi di posta elettronica digitando direttamente il nome della persona o dell'azienda che ci interessa, consente di effettuare ricerche nei *newsgroup* qualora contenessero informazioni inerenti all'argomento che ci interessa. Apprezzabile è anche la possibilità di decidere la "freschezza" dell'indirizzo da trovare escludendo quelli rilevati precedentemente ad una certa data, definibile in quantità di giorni. Il fatto che sia un efficace dispositivo di ricerca lo dimostra l'interessante quantità di pubblicità presente sulle sue pagine.

Proprio la pubblicità, unico vero sostegno economico di questi siti, rappresenta il metro di misura della loro efficienza. I siti di ricerca che ospitano pubblicità di un certo livello (le aziende importanti) sono certamente quelli più

Alcuni motori di ricerche e i loro indirizzi

Altavista	**http://altavista.digital.com/**
Excite	**http://www.excite.com/search.gw**
Infoseek	**http://guide-p.infoseek.com/**
Lycos	**http://www.lycos.com/**
Opentext	**http://search.opentext.com/**
Yahoo	**http://www.yahoo.com/search.html**
Webcrawler	**http://webcrawler.com/**
HotBot	**http://www.hotbot.com/**
Galaxy	**http://galaxy.einet.net/**
Bigfoot USA	**http://bigfoot.com/**
Bigfoot Svizzera	**http://www.bigfoot.ch**
Netpart	**http://netpart.com/company/search.html**
Internet @ddress Finder	**http://www.iaf.net**

Le pagine di ricerca di alcuni dei motori più noti.

visitati dai naviganti, e i siti più visitati sono certamente i più ricchi di informazioni ed i più efficaci nelle ricerche. Un po' come succede nelle trasmissioni televisive: le più seguite dal pubblico raccolgono gli sponsor più importanti. Per lo stesso motivo esiste questa grande varietà di motori di ricerca, ed è per questo che alcuni di loro tentano la specializzazione in un determinato settore, soprattutto i meno importanti. Non potendo competere con i "grandi" puntano a raccogliere pubblicità mirata offrendo un servizio mirato. Come la pubblicità di pneumatici durante le riprese di un gran premio di formula uno.

Come Yahoo altri motori di ricerca utilizzano operatori di tipo "or", "and" e "not". Altri dispongono di campi aggiuntivi dove è possibile inserire date, località, eventuali contenuti della pagina desiderata, utili a rendere più mirata la ricerca. Alcuni non dispongono di sofisticati operatori ma sono in grado di valutare la validità degli indirizzi trovati esprimendo un giudizio ed ordinandoli in ordine decrescente in funzione del giudizio assegnato.

Il motore di ricerca *Lycos* (**http: www.lycos.com**) si comporta proprio in questo modo. Esso assegna un voto al risultato della ricerca, esprimendolo come percentuale di successo ottenuto sul raggiungimento dell'obiettivo, tenendo conto di quante delle parole descritte nella ricerca siano presenti sulla pagina, quante volte la stessa parola venga ripetuta, la distanza tre le varie parole trovate sullo stesso sito (minore è la distanza fra esse, maggiore è la probabilità che la pagina soddisfi la ricerca). Oltre alla percentuale vengono segnalate quante e quali parole sono

state rintracciate sul singolo indirizzo.

In questi casi più saranno significative le parole inserite nel campo di ricerca e più alte saranno le possibilità di individuazione del sito giusto. Attenzione però a non esagerare, una quantità eccessiva di parole potrebbe rendere poco efficace la ricerca, il rischio è quello di vedersi presentare con valutazione alta pagine che contengono diverse delle parole richieste ma non quelle essenziali.

Come ho già detto è basilare interrogare le istruzioni (l'help) del sito affinché la consultazione risulti valida.

Un esempio di istruzioni d'uso. In questo caso l'help grafico di HotBot. ***http://www.hotbot.com.***

Conclusioni

Le informazioni contenute negli archivi dei vari motori di ricerca non sono tutte uguali, spesso per conseguire un risultato utile è necessario ripetere la stessa ricerca su motori diversi. E' molto importante utilizzare le parole giuste, scriverle esattamente e in caso di mancanza di risultati ripetere la ricerca con parole diverse. Nel caso di ricerche con stringhe tra virgolette accertatevi di scrivere le parole nella sequenza corretta e considerate che alcuni siti italiani possono essere catalogati da alcuni motori di ricerca con termini in inglese. Per raggiungere gli indirizzi dei motori di ricerca, oltre a quelli elencati su questo articolo, è possibile partire dal menu "Directory" di Netscape e poi scegliere "Internet Search", oppure dal menu "Vai" di Microsoft Explorer scegliere "Ricerca sul Web".

Altre segnalazioni di motori di ricerca sono presenti sulle home page dei provider. Nel caso di MC-link, sulla home page è presente il link "Ricerche" che vi riporta ad una pagina da dove è possibile contattare direttamente diversi motori.

Un'ultima cosa: fate attenzione... all'orologio! Quando ci si immerge nella esplorazione del Web con i motori di ricerca la curiosità è sempre crescente e il divertimento assicurato. Il tempo passa senza che ce ne accorgiamo. Il rischio è quello di passare alcune ore, saltando da un argomento all'altro, senza pensare al peso che può assumere la nostra bolletta telefonica. Uomo e donna avvisati...

MS

▲1 ◄2 3►

La sequenza delle pagine in una ricerca per liste di argomenti. In figura le pagine di Webcrawler. ***http://webcrawler.com.***

Il CD-ROM multipiattaforma (PC/Mac) allegato a MC-digest DIGITAL IMAGING contiene anche le versioni demo (tryout) di Adobe Photoshop per Windows e Mac e di Adobe Illustrator per Mac.

Centoventotto pagine di articoli di attualità, prove di prodotti, reportage di mostre ed articoli teorici e pratici sulle tecniche di elaborazione digitale delle immagini. Il CD-ROM permette di ricercare, visualizzare, stampare gli articoli di fotografia digitale pubblicati su MCmicrocomputer e contiene anche le immagini ad alta risoluzione utilizzate nella rubrica "Digital Imaging".

In omaggio un CD-ROM Windows con dieci programmi PD-Shareware e le versioni demo di AXA PRODUCER, GENIE FOR ALLADIN, SCENE STEALER, MONTAGE INTERACTIVE, VITEC VIDEOCLIP.

Il temi dell'integrazione del computer con il video esaminati mediante prove di prodotti, articoli teorici e pratici: dalla compressione digitale video e audio alle tecniche di riduzione data-rate; dagli standard MPC e MPC2 al Multimedia Publishing. Un prodotto completo per creare slideshow, animazioni e piccoli film sul proprio personal computer.

Nel CD-ROM allegato a MC digest n.3 troverete, oltre alla versione elettronica (testi e immagini) degli articoli presenti nel fascicolo, un completo database con l'archivio di tutti i prodotti multimediali provati da MCmicrocomputer.

Numero monografico interamente dedicato al mondo dei CD-ROM. Contiene decine e decine di recensioni di prodotti multimediali di ogni genere e tipo, dai giochi alle enciclopedie, dai soggetti storici agli atlanti geografici, senza tralasciare cinema, scienza, musei, didattica, musica, pittura, gastronomia.

Per acquistare MC-digest compilate il tagliando e inviatelo a:

Technimedia srl - Ufficio Diffusione - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma - Tel. (06) 41.89.21 - Fax (06) 41.73.2169

*Vogliate spedire al seguente indirizzo i numeri di **MC-digest** indicati:*

❑ MC-digest n.1 - "Digital Imaging"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 25.000**	Quantità	Totale ....
❑ MC-digest n.2 - "Computer&Video"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 25.000**	Quantità	Totale ....
❑ MC-digest n.3 - "CD-ROM Gallery"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 19.000**	Quantità	Totale ....

Cognome e Nome ....

Indirizzo ....

CAP .... Città .... Prov. .... Telefono ....

Pagherò Lit. .... e pertanto

❑ Allego fotocopia del versamento sul c/c postale n. 14414007 intestato a : Technimedia srl - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

❑ Allego versamento a mezzo vaglia postale intestato a: Technimedia srl - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

❑ Allego assegno intestato a Technimedia srl

❑ Pagherò con Carta di Credito ❑ CartaSi ❑ Diners ❑ American Express

N. .... Scad. .... intestata a: ....

Indirizzo

Da qualche tempo MC-link ha messo a disposizione di tutti i suoi abbonati la possibilità di crearsi e pubblicare su Internet delle «pagine Web» personali o aziendali. Si tratta di un veicolo potentissimo per presentarsi ad un pubblico assai vasto e parlare di se stessi o delle proprie attività. Ma non tutti sanno come si faccia a preparare un «documento Web», e magari anche quelli che sanno farlo tecnicamente non conoscono le basilari regole di stile che distinguono le pagine Web ben fatte da quelle approssimative ed ineleganti. Bene, per tutti coloro che in un modo o nell'altro si trovano a dover preparare e gestire pagine Web nasce questo mese una nuova rubrica che si occuperà, appunto, di spiegare passo dopo passo le regole e i trucchi per la messa a punto di documenti tecnicamente efficienti ed esteticamente gradevoli. Come al solito i vostri commenti e suggerimenti in merito sono i benvenuti.
Corrado Giustozzi

Appunti di HTML

di Giuliano Boschi

Provate a chiedere in giro, anche a persone che non si interessano di computer e di telematica, se hanno sentito parlare di Internet. Forse non sapranno spiegarvi di cosa si tratta ma sicuramente si ricorderanno di aver captato, magari in un TG, questa misteriosa parola. L'interesse dei Media per Internet, soprattutto come fenomeno sociale o anche solo come dispensatore nefasto di pornografia (a sentirli parlare sembra che serva solo a questo), ha fatto sì che il numero di utenti della rete, crescesse a dismisura. Ma il vero successo di Internet è il World Wide Web (WWW), un sistema ipertestuale e multimediale che permette di navigare in Internet in modo semplice e, soprattutto, attraverso pagine che, se ben strutturate, forniscono a chi le visita una piacevolissima sensazione estetica.

Questa rubrica si pone l'obiettivo di fornire, a tutti coloro che si vogliono cimentare in questo campo, la possibilità di creare le proprie pagine in WWW. Per realizzare tali documenti viene utilizzato l'**HyperText Markup Language**, meglio conosciuto come **HTML**. In questo, e negli articoli che seguiranno, proporrò prima le basi e poi le funzioni avanzate dell'HTML, con l'obiettivo di fornire un manuale completo e il più esaustivo possibile. Inoltre scriverò articoli riguardanti i programmi di supporto, lo stile di programmazione, il senso artistico della pagina ed altro ancora. Come vedrete editare documenti in HTML non è per nulla difficile, anzi, la semplicità della realizzazione e il risultato estetico finale, rendono la programmazione piacevole e, perché no, ci fa sentire, finalmente, un po' artisti.

Ma andiamo ad incominciare. Come spiegato nel riquadro di pag. 260, il *browser* (ovvero il programma che l'utente finale usa per navigare sul WWW) interpreta i comandi che gli vengono inviati da un documento HTML. Ciò avviene tramite codici speciali detti **Tag**. Un tag è rappresentato da un comando chiuso tra due parentesi angolari (minore e maggiore); ad esempio

<CENTER>

è un tag. Generalmente un tag deve essere aperto e chiuso. Il tag chiuso si contraddistingue per l'uso dello slash (/) prima del nome del comando. Il formato standard di un comando HTML è quindi

<CENTER>stringa di testo</CENTER>

In questo caso tutto ciò che viene scritto tra i due tag viene visualizzato al centro della pagina. Se il tag non viene chiuso, quel comando continuerà ad essere applicato sino a che non viene chiuso o sino alla fine del documento, producendo, spesso, effetti non desiderati. È da notare che anche se vengono inseriti comandi sbagliati o senza senso, il sistema non si blocca, semplicemente ignora il comando. Niente male vero?

Serve un editor?

Per scrivere il nostro primo documento in HTML dovremo ora aprire un editor. Per i sistemi Windows va benissimo il Notepad. Si possono utilizzare anche word processor come Word, ma ricordatevi di salvare il documento in modalità testo. Esistono poi degli editor specifici di HTML (vedi riquadro a pag. 262) che possono renderci il lavoro meno faticoso. I comandi possono essere scritti sia in carattere minuscolo che in maiuscolo. Io consiglio comunque di scriverli in maiuscolo, risulteranno così più evidenti e di più facile individuazione all'interno del testo. Alcuni *browser* non interpretano le lettere accentate (ricordatevi che il vostro testo verrà visualizzato in tutto il mondo e non potete sapere quale *browser* verrà utilizzato per la lettura del vostro documento). Per evitare problemi, per ora, scrivete la semplice lettera seguita dall'apostrofo (e', a', ecc.). In un prossimo articolo vedremo che esistono comunque dei codici che ci permettono di utilizzare le lettere accentate.

La struttura di un documento HTML

Un documento HTML si divide in due

parti distinte: l'header (**HEAD**) e il corpo (**BODY**). Inoltre, il tutto, deve essere racchiuso tra i tag contenenti il comando **HTML**. Ecco come appare una semplice struttura in HTML:

<HTML>
<HEAD>
testo da non mostrare nel documento
...
</HEAD>
<BODY>
testo da mostrare nel documento
...
</BODY>
</HTML>

Bene, aprite ora il vostro editor e digitate il testo che vedete nel listato 1, poi salvatelo in formato testo con il nome doc1.htm. L'estensione htm deve essere usata da utenti PC che non utilizzano Windows95, altrimenti potete usare la più appropriata estensione html. Aprite ora un'altra finestra con il vostro *browser* e, nel menu **file**, utilizzate l'opzione **open file** per aprire doc1.htm. Il risultato dovrebbe essere quello mostrato in figura 1.

La prima cosa da notare è che il testo si autoformatta, ossia, a secondo di quanto sia grande la finestra utilizzata dal *browser*, torna a capo da solo senza spezzare le parole. Il titolo «Primo documento di...» si trova sulla testata del documento e lo identifica in modo preciso. Avrete anche notato che vengono del tutto ignorate le righe bianche eventualmente presenti nel documento.

Se dobbiamo effettuare delle modifiche nel nostro documento dobbiamo per prima cosa effettuare la correzione con l'editor, salvare il file con lo stesso nome, tornare alla finestra del *browser* e utilizzare l'opzione **reload**. Attenzione: soprattutto le prime volte è facile dimenticarsi di cliccare sul pulsante **reload** ed avere quindi l'impressione di non aver effettuato alcuna modifica.

L'HTML non è un linguaggio di programmazione

L'HTML **non è** un linguaggio di programmazione e un documento HTML **non è** un programma di computer. Un programma, generalmente, è un insieme di istruzioni che elaborano dei dati esterni. L'HTML rappresenta proprio questi dati. Il linguaggio HTML, con la sua sintassi, codifica dei documenti che, interpretati dal *browser* (Netscape, Mosaic, ecc.), vengono visualizzati nel modo desiderato.

Il linguaggio HTML permette di creare documenti interattivi e multimediali. È infatti possibile inserire in modo semplice in un documento, immagini e suoni. Possiamo scrivere parole o righe in ipertesto, cliccando sulle quali si può accedere a un documento o a un'immagine che risiede in uno qualsiasi dei milioni di computer sparsi per il mondo e facenti parte della rete. Il vantaggio di questo linguaggio è che, anche se immagini, suoni od altro, sono in linguaggio binario, un documento HTML è e rimane un file di solo testo. Sarà compito del *browser* interpretare questi dati ed abbinare immagini e suoni al testo.

Il linguaggio HTML è in continua evoluzione. Attualmente tutti i *browser* in circolazione interpretano la versione 2, i migliori addirittura la versione 3 (al momento è decisamente consigliato navigare con Netscape). La versione 3, anche se non ancora ufficialmente codificata in tutti i suoi elementi, permette delle soluzioni, come ad esempio le tabelle (Table), atte a migliorare notevolmente il fattore estetico dei documenti WWW.

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Primo documento di (scrivete il vostro nome)</TITLE>
</HEAD>

<BODY>
<H2>Questo che sto scrivendo e' il mio primo documento in HTML. Forse non
e' nulla di eccezionale, ma bisogna pur iniziare da qualcosa.</H2>
</BODY>

</HTML>
```

Listato 1

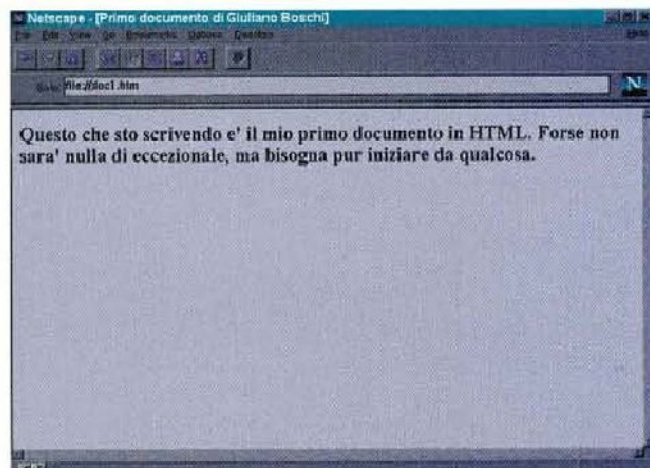



Figura 1 - È pur sempre il vostro primo «parto». Sono sicuro che conserverete il file del documento per tutto il resto della vostra vita!

I comandi di formato

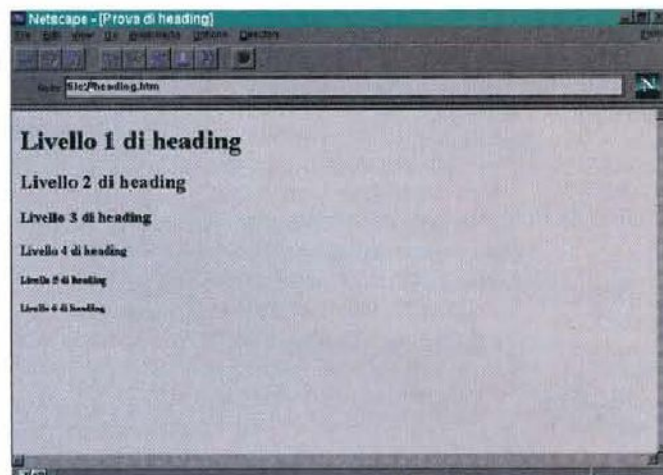
Il testo che abbiamo digitato è stato racchiuso tra i due tag <H2> e </H2>. Il tag **H (heading)** indica il tipo di *heading* (titolo) che deve avere il testo che noi abbiamo identificato tra i due tag. Il valore di heading varia da 1 a 6, dove H1 è quello di altezza maggiore e H6 è quello di altezza minore.

Per miglior chiarezza digitate e visualizzate il documento del listato 2. Il risultato è quello di figura 2. Come potete notare, la chiusura dell'header (ad es. </H3>) causa un carriage return (andare a capo) nel testo. Ogni *browser* permette la personalizzazione dei caratteri di header. Ad esempio ad H1 posso abbinare il font Courier New di altezza 20. È consuetudine, comunque, non modificare i valori di default. Infatti, lasciando invariati tali valori, potremo visionare il documento che ci arriva da qualsiasi parte del mondo, come è stato pensato e progettato dall'autore.

Vi sono altri modi per modificare lo stile scrittura. Tra questi, i più usati sono:

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Prova di heading</TITLE>
</HEAD>

<BODY>
<H1>Livello 1 di heading.</H1>
<H2>Livello 2 di heading</H2>
<H3>Livello 3 di heading.</H3>
<H4>Livello 4 di heading</H4>
<H5>Livello 5 di heading.</H5>
<H6>Livello 6 di heading</H6>
</BODY>

</HTML>
```

Listato 2

Figura 2 - La differenza è evidente, utilizzare caratteri diversi può piacevolmente vivacizzare le vostre pagine.

<B>testo**</B> (bold)**, scrive in neretto il testo tra i tag:

<I>testo**</I> (italic)**, il testo tra i tag viene mostrato con un carattere inclinato;

<TT>testo**</TT> (typewriter)**, ogni carattere del testo tra i tag occupa, sullo schermo, lo stesso spazio fisico (sia che si tratti di una «smilza» i, sia che si tratti di una «paccuta» o).

Questi tag possono essere anche combinati tra di loro, sino a creare l'effetto desiderato. Provate ad esempio a scrivere e visualizzare questa stringa:

Prova di scrittura <B>neretto</B> <I>italic</I> <TT>typewriter</TT> <B><I>neretto e italic</I></B> <I><TT>italic e typewriter</TT></I>.

Quando utilizziamo il tag H, non possiamo utilizzare altri tag che modificano lo stile di scrittura.

Un *browser*, ignora un carriage return che noi abbiamo inserito in un testo, ne possiamo inserire anche 1000, sarà come se non ci fossero. Ugualmente vengono ignorati caratteri vuoti (praticamente quelli prodotti dalla barra spaziatrice o dal tasto Tab). Alla fine di ogni parola il browser mostrerà uno ed un solo carattere vuoto.

Vi sono comunque vari modi per fare sì che il testo del nostro documento torni «a capo». Uno l'abbiamo già visto (chiudere un livello di header). Un altro è il tag **paragraph <P>**. Questo è un tag speciale, ossia si apre, ma non si chiude. <P>, oltre a scrivere il testo su di una nuova riga, inserisce anche una riga bianca nella visualizzazione del testo. Il comando **break
** (anche questo non si chiude), invece, inserisce un carriage return, ma non lascia la riga bianca. Un altro tipo di separatore è **<HR> (hard rule).** Questo tag, oltre a permettere l'andare a capo del testo, inserisce una riga in bassorilievo, dando così un maggior senso di separazione. Anche questo tag non deve essere chiuso. Verificate, scrivendo con il vostro editor e poi visualizzando il documento con il *browser*, le differenze esistenti tra i quattro esempi del listato 3. Per meglio evidenziare gli esempi sullo schermo inseriamo, tra ognuno di loro, un tag <P>. Il risultato sarà quello mostrato in figura 3.

Siete ora in grado di produrre un semplice documento in HTML, anzi, provate a scriverne uno di vostra ideazione.

I link

Come abbiamo già detto, il boom di Internet è dovuto alla possibilità, tramite le pagine in WWW, di effettuare **link** (ossia collegamenti) in *ipertesto*. L'ipertesto è una parte evidenziata del nostro documento (una sola lettera, una sola parola, una frase, un'immagine, ecc.), cliccando sulla quale accediamo ad un altro documento. Tale documento può essere nel nostro computer o in uno dei milioni di computer collegati con la rete.

Per raggiungere la pagina desiderata, bisognerà associare, alla parola evidenziata in ipertesto, un indirizzo (in pratica dire dove si trova il documento da visio-

```
Esempio 1. Testo continuo
anche se scritto su due righe
<P>
Esempio 2. Testo su due righe<P>
Il comando P ha lasciato anche una riga bianca
<P>
Esempio 3. Testo su due righe<BR>
Il comando BR non ha lasciato righe bianche
<P>
Esempio 4. Testo su due righe<HR>
Il comando HR ha inserito il disegno di una riga
```

Listato 3

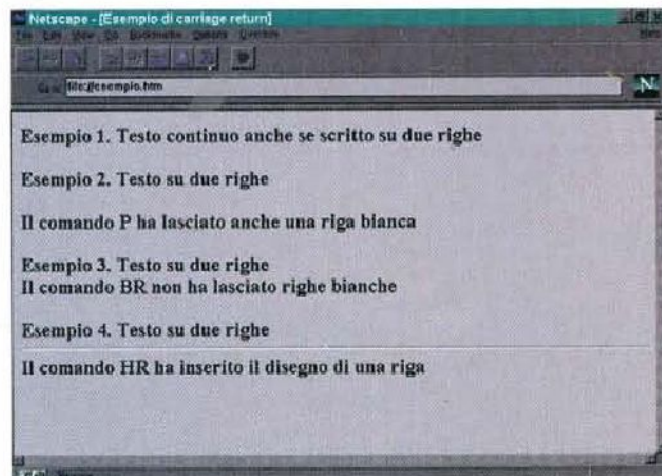



Figura 3 - Ce n'è per tutti i gusti, scegliete il separatore che vi piace di più.

Manuali e utility per tutti i gusti

I manuali

Girando per Internet si possono trovare decine di utilissimi manuali per HTML. È praticamente impossibile segnalarli tutti. Vi indico, a tutt'oggi, quali sono i miei preferiti, rimandandovi poi ad un sito che ne elenca alcune decine. I manuali possono essere consultati in linea (cosa al dire il vero non molto economica) oppure possono essere salvati su dischetto (esaminandolo in un secondo tempo si perdono ovviamente tutti i link) oppure, cosa forse consigliabile, può essere direttamente stampato su carta. E inutile sottolineare che tutto questo materiale è in lingua inglese.

Tra i più completi segnalo due manuali:
«A beginner's guide to HTML» **(http://WWW.ncsa.uiuc.edu-/demoweb/html-primer.html)** del National Center for Supercomputing Application.
«HTML Documentation» **(http://WWW.utirc.utoronto.ca-/HTMLdocs/NewHTML/htmlindex.html)** di Ian S. Graham.
Un manuale sintetico da utilizzare per apprendere le prime nozioni potrebbe essere:
«HTML Quick Reference» **(http://kuhttp.cc.ukans.edu-/lynx_help/HTML_quick.html)** di Michael Grobe.
Questo è un manuale strutturato con esercitazioni di difficoltà progressive:
«HTML Tutorial» **(http://fire.clarkson.edu/doc/html-/htut.html)** della Whatsupdoc.
Per chi vuole approfondire l'aspetto tecnico dell'HTML:
«Advanced HTML» **(http://WWW.w3.org/hypertext/-WWW/MarkUp/html-spec/html-spec_toc.html)** di Peter Flynn;
«HTML Reference Manual» **(http://WWW.sandia.gov/sci_-compute/html_ref.html)** della Sandia National Laboratories.
Ecco un sito gestito dalla Netscape e particolarmente interessante per chi vuole programmare in HTML. Tramite un menu si accede ad un tutorial, ad una serie di articoli su come si compone una buona pagina di HTML, estensioni e nozioni avanzate. Il sito si trova a:
http://WWW.netscape.com/assist/net_sites/index.html.
Un elenco di decine di manuali e servizi vari può essere trovato all'indirizzo:
http://oneworld.wa.com/htmldev/devpage/dev-page1.html.

Le FAQ (Frequently Asked Question) sono una serie di risposte alle domande più frequenti su di un determinato argomento. Quelle relative al WWW e all'HTML possono essere trovate a:
http://sunsite.unc.edu/boutell/faq/WWW_faq.html.
Se poi non avete voglia di leggere questi manuali, se l'inglese per voi è una barriera insormontabile, se vi piace da impazzire questa rivista, seguiteci e in breve tempo diventerete dei programmatori provetti. Provare per credere!

Gli editor

Per comporre un documento in HTML si può utilizzare il «notepad» di Windows o un word processor, come ad esempio Word, salvando il documento in formato testo. Esistono comunque sul mercato dei prodotti shareware dedicati all'HTML. In pratica si tratta di word processor con dei pulsanti dedicati che evitano di digitare i più comuni comandi HTML. Ve ne sono ormai numerosi e, probabilmente, altri ne saranno usciti da quando scrivo questo articolo alla sua pubblicazione. Ecco comunque un elenco dei più utilizzati.

Per i sistemi Windows:
«HTML Easy!Pro» **(http://WWW.seed.net.tw/~milkylin/htmleasy.html)** di Joe Lin.
«HTMLed» **(ftp://cnuce-arch.cnr.it/pub/msdos/win3/util/htmed10.zip)** di Peter B. Crawshaw.

Per sistemi Macintosh:
«HTML editor» **(http://dragon.acadiau.ca/~giles/HTML_Editor/Documentation.html)** di Rick Giles. È dotato anche di un buon manuale d'uso.
«HTML.edit» **(http://ogopogo.nttc.edu/tools/HTMLedit-/HTMLedit.html)** di Murray Altheim.

Per i sistemi UNIX:
«HTML editor» **(http://web.cs.city.ac.uk/homes/njw/htmltext/htmltext.html)** di Nick Williams.
«TKHTML» **(http://WWW.bsd.com/~roland/tkHTML-/tkHTML.html)** di Liem Bahneman.

nare). Questo indirizzo viene detto **URL** **U**niform **R**esource **L**ocators (vedi riquadro a fianco).

Per prima cosa proviamo un link locale, ossia sia la pagina di partenza, sia quella di arrivo, si trovano nel nostro computer. Noi abbiamo già un primo documento (che abbiamo chiamato DOC1.HTM). Createne ora un altro (scrivetevi ciò che volete) e salvatelo nella stessa directory con il nome DOC2.HTM. Nel primo documento inserite la seguente riga:

Cliccando <A HREF="DOC2.HTM">-qui</A> si può visionare il documento numero 2.

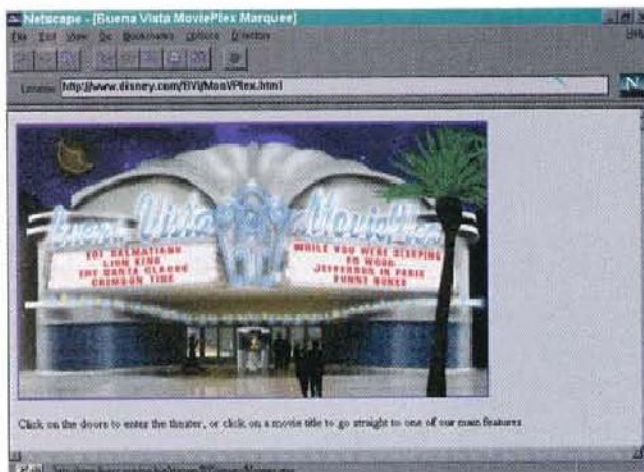
Salvatelo e tornate al vostro *browser*. Ripetete l'operazione reload. Come potete notare, la parola «qui» appare di colore blu ed è sottolineata. Questo sta ad indicare che tale parola è cliccabile e che, come dice il testo che abbiamo scritto, tale azione ci permetterà di visionare il documento 2. Cliccatela e potrete accedere alle informazioni conte-

C'è URL e URL

La URL (Uniform Resource Locator) è ciò che il WWW usa per localizzare un documento presente su uno dei milioni di computer che fanno parte di Internet. Tale URL viene mostrata, dal vostro *browser*, nella parte superiore dello schermo. La URL è composta da: un identificatore del tipo di server di Internet; l'indirizzo di un computer; il path che bisogna seguire in quel computer per raggiungere il documento richiesto.
La sintassi di una URL è quindi di questo tipo:

tipo di server://indirizzo computer/path/...../nome del file

I principali tipi di server sono:
http = (Hyper Text Transfer Protocol) indica una pagina WWW e, generalmente, un documento di tipo HTML;
gopher = indica un sito in cui sono presenti risorse di Internet sotto forma di menu (come, ad esempio, le directory del nostro hard disk);
ftp = (File Transfer Protocol) permette il trasferimento di file di programmi da un sito ad un altro;
telnet = permette di utilizzare il nostro computer come terminale di un altro computer della rete e che quindi può trovarsi in qualsiasi parte del mondo;
file = permette di visionare URL locali, cioè residenti nello stesso computer da cui parte la richiesta. Tali file possono essere visionati con l'opzione del *browser* «open file».
Con alcuni *browser*, come Netscape, si può omettere il comando http:// se ovviamente la richiesta riguarda documenti di tipo http.

Figura 4 - Forse la «Carica dei 101» non è il film più recente, ma un promo fa sempre piacere vederlo.

nute nel documento 2. La **URL** che voi avete digitato viene detta URL relativa in quanto si trova sul vostro stesso computer. Infatti non avete digitato il path necessario per raggiungere il documento 2. È come se la root principale fosse quella in cui si trova il documento 1. Se invece vogliamo accedere ad un documento presente su di un altro computer della rete, dobbiamo usare la URL assoluta. Un esempio di URL assoluta può essere <A HREF="http:/-/www.disney.com/BVI/MooVPlex.html" > (rispettando le maiuscole e le minuscole). In questo caso state visitando il sito della «Buena Vista», la casa cinematografica che distributrice, tra l'altro, dei film della Walt Disney Company. Cliccando sul titolo di un film potrete accedere al sito specifico e prelevare immagini, trailer, interviste ed altre amenità varie. La parte di testo cliccabile è chiamato **Anchor** (da cui il comando **A**).

In questo caso abbiamo «linkato» un'altra pagina HTML. Avremmo potuto invece «linkare» un'immagine in formato GIF, JPEG, TIFF, RGFB o HDF, semplicemente inserendone il path e il nome del file (es. http://.../esempio.gif). Il *browser* riconosce che si tratta di un file grafico e ci mostra sullo schermo l'immagine prescelta. Tale immagine può quindi essere memorizzata nel nostro computer. Ad esempio, con Netscape, spostiamo il puntatore del mouse sull'immagine, e, clicchiamo con il tasto destro, scegliamo l'opzione «Save this image as...». Ugualmente, ma sarà tema di un altro articolo, possiamo agganciare file, suoni e quant'altro di multimediale ci offre il mondo dell'elettronica.

Per ora credo che possa bastare così; nel prossimo articolo, tra l'altro, vedremo come inserire le immagini nel nostro documento e come costruire delle «liste». Nel frattempo esercitatevi un pochino. Buona strada. MC

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@iol.it

a cura di Corrado Giustozzi

Immagini e liste

Eccoci al secondo appuntamento con il linguaggio HTML. Dopo le nozioni di base viste il mese scorso, impariamo questo mese come si possano arricchire i documenti Web con immagini ed elenchi

di Giuliano Boschi

Avvenimenti e fatti quotidiani introducono nella nostra lingua parole prima mai usate o comunque riservate ad un ristretto circolo di iniziati od esperti. Ad esempio i tristi avvenimenti che qualche anno fa hanno coinvolto la Valtellina ci hanno insegnato la parola «tracimare», ora comunemente usata (ed abusata) nel parlato comune. Un termine ormai sulla bocca di tutti è *Multimedialità*, ossia la possibilità di utilizzare contemporaneamente diversi strumenti di comunicazione e di informazione, a stampa o audiovisivi. In questo senso **Internet** è uno strumento multimediale.

Nel numero scorso abbiamo già esaminato uno dei principali elementi multimediali di Internet: i link, ossia come collegarsi ad un altro computer della rete (tramite il comando **A HREF**). Vediamo ora come inserire nelle nostre pagine WWW le immagini, indubbiamente l'elemento che ha reso interessante e piacevole la navigazione nel World Wide Web. Se non ci credete guardate la figura 1. Forse non sarà ricca di contenuti, ma le immagini gli danno «spessore» e, soprattutto, voglia di continuare nella lettura.

Il comando IMG

Il **tag**, ossia il comando **HTML**, che permette di inserire immagini grafiche all'interno del documento è:

<IMG SRC="nomefile.gif">

dalla contrazione del termine inglese **image source**. Da notare che oltre al formato GIF i *browser* interpretano anche immagini in formato JPEG e XBM.

L'immagine in questione sarà inserita esattamente nel punto in cui termina il testo che la precede. Se si vuole che l'immagine sia all'inizio di un nuovo rigo, bisogna inserire, alla fine del testo precedente, un separatore (**<P>** o **
** o altro come abbiamo già precedentemente visto). Anche il testo che segue sarà scritto esattamente dove termina l'immagine, a meno di inserire i suddetti separatori o altri tag; questi possono rendere, e rendono, la pagina stilisticamente più bella, alternando testo ed immagini, come si addice ad ogni Magazine che si rispetti (vedere figura 2). La sintassi di tali tag è:

<IMG ALIGN=TOP SRC="nomefile.gif"> il testo che segue sarà allineato a lato della figura a cominciare dal punto più alto della stessa;

<IMG ALIGN=MIDDLE SRC="nomefile.gif"> il testo che segue sarà allineato a lato della figura a cominciare dal centro della stessa;

<IMG ALIGN=BOTTON SRC="nomefile.gif"> il testo che segue sarà allineato a lato della figura a cominciare dal punto più basso della stessa.

È bene notare che il testo si allineerà alla figura per una sola riga continuando, eventualmente, sotto di essa.

Altri comandi utili a vivacizzare la vostra pagina WWW sono:

<IMG ALIGN=LEFT SRC="nomefile.gif"> l'immagine viene allineata a sinistra del testo che segue a partire dal punto più in alto della figura per proseguire, riga dopo riga, per tutta la lunghezza della figura;

<IMG ALIGN=RIGHT SRC="nomefile.gif"> come sopra con l'immagine allineata a destra del testo.

Qualora la lunghezza del testo risultasse più corta dell'immagine bisogna inserire, al termine del testo, un'estensione del comando **
: **<BR CLEAR=LEFT> o **<BR CLEAR=RIGHT>**, in seguito al quale il testo o l'immagine che seguono vengono inseriti nella prima riga libera a sinistra o a destra del nostro documento.

Figura 1 - Visitare il sito di Batman Forever è un piacere per gli occhi, anche se odiate tutto ciò che riguarda l'uomo-pipistrello.

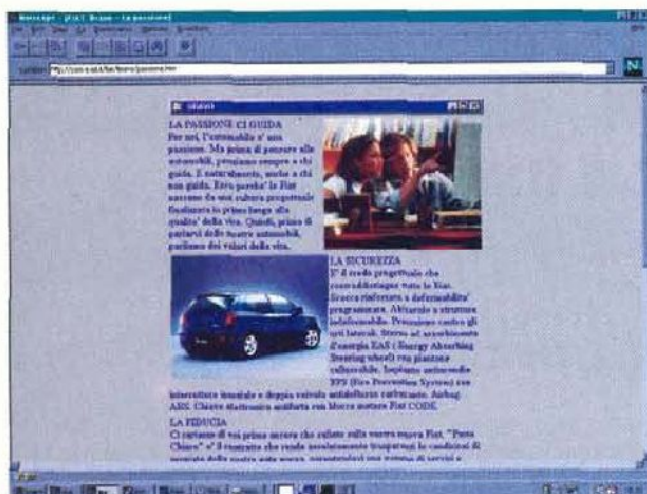



Figura 2 - Anche Mamma Fiat è andata in rete (e senza l'aiuto di Vialli!).

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Esempio di inserimento immagini</TITLE>
</HEAD>

<BODY>
<IMG SRC="nomefile.gif"> <P>
Il testo che segue viene visualizzato al di sotto dell'immagine. <P>

<IMG ALIGN=TOP SRC="nomefile.gif">
Il testo che segue viene visualizzato lateralmente all'immagine a partire dalla sua parte più alta.<P>

<IMG ALIGN=MIDDLE SRC="nomefile.gif">
Il testo che segue viene visualizzato lateralmente all'immagine a partire dalla sua parte centrale.<P>

<IMG ALIGN=BOTTOM SRC="nomefile.gif">
Il testo che segue viene visualizzato lateralmente all'immagine a partire dalla sua parte più bassa.<P>

<IMG ALIGN=LEFT SRC="nomefile.gif">
L'immagine viene visualizzata a sinistra del testo che segue a partire dal punto più in alto per proseguire, riga dopo riga per tutta la lunghezza della figura.<BR CLEAR=LEFT>

<IMG ALIGN=RIGHT SRC="nomefile.gif">
L'immagine viene visualizzata a destra del testo che segue a partire dal punto più in alto per proseguire, riga dopo riga per tutta la lunghezza della figura;<P>

</BODY>

</HTML>
```

Listato 1

Provate i vari comandi digitando il listato 1. Vi ricordo che un file **HTML** deve essere digitato con un editor (ad esempio il notepad di Windows) e quindi salvato in modalità «solo testo». Per visionare un documento **HTML** da voi composto caricatelo con l'opzione «open file» del vostro browser (es. Netscape). Se l'immagine non si trova nella stessa directory della pagina HTML, dovrà essere indicato l'intero path.

Estensioni al comando IMG

Con l'ultima versione di **HTML** sono state implementate alcune estensioni particolarmente interessanti al comando IMG:

<IMG HEIGHT=valore SRC="nomefile.gif"> indica al *browser* l'altezza in pixel con cui deve essere visionata l'immagine in questione. Questa estensione può essere utilizzata per modificare le dimensioni dell'immagine e per velocizzarne il trasferimento: nel primo caso il *browser* calcola automaticamente l'altra dimensione mantenendo perfettamente la ratio dell'immagine, nel secondo se indichiamo al *browser* le esatte dimensioni dell'immagine che stiamo inviando, questo non deve calcolarla con conseguente accorciamento dei tempi di attesa;

<IMG WIDTH=valore SRC="nomefile.gif"> come sopra indicando al *browser* la larghezza in pixel dell'immagine;

<IMG VSPACE=valore SRC="nomefile.gif"> questa estensione viene utilizzata per evitare che un'immagine venga inglobata in un testo o da altri elementi grafici. VSPACE controlla lo spazio libero sopra e sotto l'immagine;

<IMG HSPACE=valore SRC="nomefile.gif"> come sopra con il controllo dello spazio a destra e a sinistra dell'immagine;

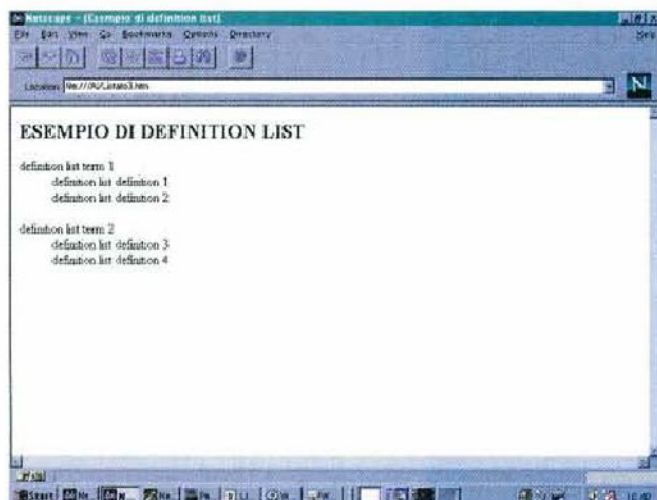
<IMG BORDER=valore SRC="nomefile.gif"> questa estensione crea un bordo (del colore del testo), della dimensione desiderata intorno all'immagine. Se ben utilizzata può rendere più «elegante» l'aspetto grafico della nostra pagina.

Tutte queste estensioni possono es-

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Esempio di liste ordinate e non ordinate</TITLE>
</HEAD>

<BODY>

<UL>
<LI>uno
<LI>due
<LI>tre
        <UL>
        <LI>quattro
        <LI>cinque
        <LI>sei
                <UL>
                <LI>sette
                <LI>otto
                <LI>nove
                </UL>
        </UL>
</UL>
<OL>
<LI>uno
<LI>due
<LI>tre
        <OL>
        <LI>quattro
        <LI>cinque
        <LI>sei
                <OL>
                <LI>sette
                <LI>otto
                <LI>nove
                </OL>
        </OL>
</OL>

</BODY>

</HTML>
```

Listato 2

Figura 3 - Una presentazione ordinata di elenchi e testi rende più chiaro e intelligibile il nostro documento.

Figura 4 - Ancora una lista ordinata, in questo caso senza elementi identificatori.

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Esempio di definition list</TITLE>
</HEAD>

<BODY>

<H2>ESEMPIO DI DEFINITION LIST</H2>
<DL>
        <DT>definition list term 1
        <DD>definition list definition 1
        <DD>definition list definition 2
<P>
        <DT>definition list term 2
        <DD>definition list definition 3
        <DD>definition list definition 4
</DL>

</BODY>

</HTML>
```

Listato 3

sere utilizzate in combinazione tra di loro e con i comandi **ALIGN**.

Immagini cliccabili

Nel numero scorso abbiamo visto come, tramite il tag <A HREF....>, sia possibile creare delle righe di testo o delle parole cliccando sulle quali si può visionare un documento presente su uno qualsiasi dei milioni di computer della rete. Ugualmente può essere resa cliccabile un'immagine e collegarla quindi ad un altro documento. La sintassi è:

<A HREF="DOC2.HTM"> <IMG SRC="nomefile.gif"></A>

L'immagine risulta ora bordata di blu, e ciccando su di essa possiamo esaminare il documento desiderato. Se inseriamo, all'interno del comando **IMG** l'estensione **BORDER=0**, non sarà più visibile il bordo blu. Ciò può rendere più «elegante» il nostro documento, anche se dobbiamo fare attenzione al fatto che, chi riceve il documento, potrebbe non capire che l'immagine è cliccabile.

Se inseriamo nel nostro documento un'immagine cliccabile che contiene nell'immagine stessa le indicazioni del nome del documento visionabile, possiamo incorrere in un effetto indesiderato. Vi sarà infatti successo, navigando per la rete, di non riuscire, per problemi di traffico od altro, a caricare un'immagine. Al suo posto, sul vostro schermo, è apparsa solo una cornice blu (con al centro il simbolo generico di immagine non caricata), sì cliccabile ma senza la possibilità di sapere a quale documento è collegata. Inoltre, anche se ormai sono un numero decisamente limitato e forse trascurabile, alcuni utilizzano ancora *browser* che non permettono l'utilizzo di immagini grafiche. Altri, in numero maggiore, disabilitano tale possibilità del proprio *browser* per velocizzare i caricamenti.

Per ovviare a ciò si utilizza il comando **ALT (alternate)** con questa sintassi:

<A HREF="DOC2.HTM"> <IMG ALT="[Documento 2]" SRC="nomefile.gif"></A>, in questo caso, se l'immagine non potrà essere visualizzata, apparirà al suo posto la frase cliccabile «[Documento 2]». Le parentesi quadre non sono obbligatorie, ma sono divenute, col tempo, una consuetudine.

Come si vede, a livello tecnico, l'inserimento di immagini nel documento, è una cosa semplice. Quello che risulta invece difficile, è trovare un rapporto favorevole tra immagine e il tempo necessario per trasferirla. Infatti un'immagine anche bellissima (magari a 16 milioni di colori) che impiega diversi minuti per «giungere» sul nostro monitor, irriterà chiunque stia visionando il nostro documento. L'immagine deve quindi essere la più «corta» possibile, compatibilmente con le esigenze grafiche della nostra pagina WWW. Sarà argomento di un prossimo articolo l'elaborazione delle immagini e come inserirle, proficuamente, nel nostro documento.

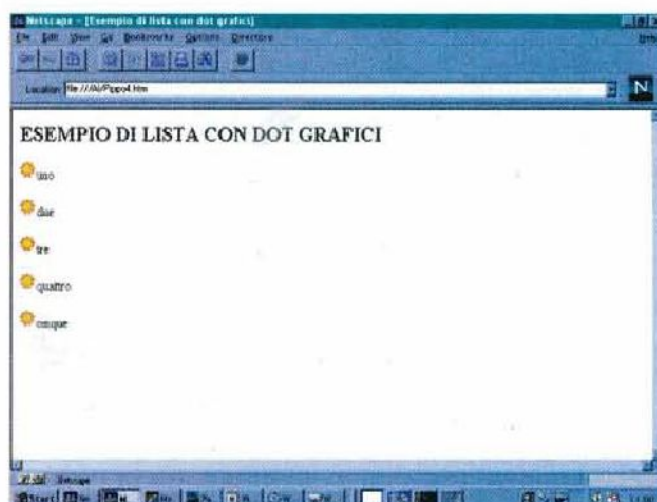
Le liste

Occupiamoci ora di un altro elemento molto usato nel programmare pagine **HTML**: le liste.

Le liste permettono di inserire, all'interno del nostro documento, un elenco di elementi ognuno dei quali viene evidenziato e separato dall'altro. I tag principali che caratterizzano le liste sono tre:

<OL> (ordered list) che identifica liste ordinate, ossia identificate da un numero progressivo 1, 2, 3, ecc. Questo tag, una volta terminata la lista deve essere chiuso **</OL>**;

<UL> (unordered list) che identifica liste non ordinate, ossia identificate da

Figura 5 - Un po' di colore può rendere vivace anche la lista più noiosa.

elementi grafici come un cerchietto o un quadratino. Questo tag, una volta terminata la lista deve essere chiuso **</UL>**;

<LI> (list) che identifica i singoli elementi della lista. Questo tag non deve essere chiuso.

Un esempio di liste è quello presente nel listato 2. Il risultato è quello visibile in figura 3. Alcune considerazioni: è consigliabile (ma non obbligatorio), digitare i listati a «scaletta» (o «nested» all'inglese), per meglio evidenziare, e quindi correggere o aggiornare, i vari livelli di lista; come si può vedere dall'esempio, con il tag **<UL>** vi sono tre livelli di lista, il primo caratterizzato da un cerchietto pieno, il secondo da un quadratino vuoto, il terzo da un quadratino pieno, ulteriori sottolivelli vengono si ordinati, ma saranno sempre evidenziati da un quadratino pieno; non è necessario inserire un separatore di linea (**
** o **<P>**) alla fine di un elemento della lista, infatti il successivo tag **<LI>** porterà il puntatore all'inizio del rigo successivo; utilizzando il tag **<OL>**, ogni sottolivello inizierà la numerazione dei paragrafi dal numero 1.

Estensioni di gestione delle liste

Vi sono numerose estensioni che permettono un miglior uso e una maggiore duttilità delle liste.

Al tag **<UL>** possono essere aggiunti i comandi **TYPE=DISC**, **TYPE=CIRCLE**, **TYPE=SQUARE** (es. <UL TYPE=CIRCLE>). Ciò permette di inserire il cerchietto o i quadratini vuoti o pieni a nostro piacimento, senza seguire l'ordine automatico di default.

Al tag **<OL>** possono essere aggiunti dei comandi che permettono di marcare gli elementi della lista in modo diverso dai numeri. **TYPE=A** permette l'utilizzo progressivo delle lettere maiuscole dell'alfabeto, **TYPE=a** di quelle minuscole, **TYPE=I** inserisce numeri romani progressivi maiuscoli, **TYPE=i** numeri romani minuscoli e **TYPE=1** permette di tornare alla identificazione numerica (es. <OL TYPE=A>).

A volte, utilizzando il tag **<OL>**, può presentarsi la necessità di iniziare la lista con un numero diverso da 1. **START=valore** permette di iniziare la lista dal numero che noi desideriamo (es. <OL START=6>).

Un altro tipo di lista è quella chiamata **definition list** da cui il tag **<DL>** (e la sua chiusura **</DL>**. Gli elementi che compongono tale lista sono la **definition list term <DT>** e la **definition list definition <DD>**. In pratica ciò che segue **<DT>** viene interpretato come una sorta di titolo o di elemento principale, ciò che segue **<DD>** viene visualizzato sul rigo seguente con il margine spostato più a destra. Un esempio pratico di definition list è presente nel listato 3, il risultato è quello della figura 4.

Abbelliamo le nostre liste

Un altro modo «artificiale» di fare una lista, è utilizzando elementi grafici, in primo luogo dei pallini (in inglese dot). Tali elementi risultano sicuramente più vivaci, vari e personalizzati rispetto a quelli automaticamente inseriti dal tag <UL> (anche se nella prossima versione dell'HTML dovrebbe essere prevista la possibilità di inserire automaticamente nel comando <UL> un dot grafico di nostra scelta). Dovendo, per ora, «arrangiarci», la sintassi per inserire un elemento grafico personalizzato è quella che abbiamo già visto all'inizio di questo articolo ossia:

<img src="dot.gif">uno<P>
<img src="dot.gif">due<P>
<img src="dot.gif">tre<P>

Il risultato è quello di figura 5.

Come si può facilmente notare, dobbiamo obbligatoriamente inserire un elemento separatore di linee come **<P>** o **
**, altrimenti tutti gli elementi della lista saranno rappresentati su di una stessa linea. Il problema sorge quando abbiamo a che fare con un testo particolarmente lungo. Infatti in questo caso, il testo, terminato il primo rigo, continuerà anche sotto il pallino. Per ovviare a questo problema possono essere utilizzate le tabelle che approfondiremo in un prossimo articolo.

Ancora estensioni...

Per concludere esaminiamo le estensioni di un tag presentato nello scorso numero **<HR> (hard rule)**. Attenzione: tali estensione sono utilizzate solo dal *browser* Netscape, che è comunque il più utilizzato (si parla del 70-80% del mercato mondiale). <HR> crea nel nostro documento un separatore orizzontale, una riga ombreggiata con effetto «bassorilievo». Le estensioni sono:

Dove trovare le immagini?

Quando si inseriscono immagini all'interno di un documento HTML, sorge il problema di dove trovare l'immagine giusta. Molte possono essere le soluzioni. Ad esempio, disponendo di uno scanner, possiamo fare noi stessi dei disegni per poi acquisirli o acquisire direttamente immagini da giornali, riviste o quant'altro.

Il sistema più semplice è però quello di reperire le immagini direttamente dalla rete. Quando visitate un sito con delle illustrazioni che vi interessano salvatele cliccando su di esse con il pulsante destro del mouse e utilizzando l'opzione *«save this image as...»*. Con Netscape, inoltre, tutte le immagini caricate vengono automaticamente salvate, con un nome in codice, nella sottodirectory *cache* di Netscape stesso.

Utilizzando dei motori di ricerca, come ad esempio Yahoo (**www.yahoo.com**), potete effettuare ricerche e reperire così immagini e disegni su qualsiasi argomento vi interessi. Attenzione: le immagini che prelevate possono essere coperte da copyright. Chiedete sempre il permesso per poterle utilizzare tramite una e-mail. Normalmente viene concesso, magari a patto di nominare l'autore.

A titolo di esempio, ecco alcuni siti dove potete trovare immagini interessanti.

Potete avere accesso allo sterminato archivio fotografico (con chiave di ricerca) del Gruppo San Paolo, solo digitando **www1.iol.it/stpaul/cerca.htm**

Il Touring Club Italiano vi invita ad una visita fotografica, storica, culturale e ovviamente geografica dell'Italia: **fs003mi.iol.it/tci.sdp/html/index.htm**

Potete visitare l'archivio con le migliori fotografie tratte dalla rivista Time Life all'indirizzo **www.pathfinder.com/pathfinder/photo/sighthome.html**

Una visita archeologica all'Atene antica? Nessun problema basta prendere il volo **www.indiana.edu/~kglowack /Athens/Athens.html**

Un archivio per appassionati di aeronautica. Usate «photo» come chiave di ricerca all'indirizzo **www.dtic.dla.mil/airforcelink /search/search_ multiple_ db.html**

Siete un appassionato di zoologia? Per voi i lemuri sono gli animali più belli del mondo? Ecco il sito che avete sempre desiderato: **ftp://ftp.mfltd.co.uk /pub/images/lemurs/INDEX .html**

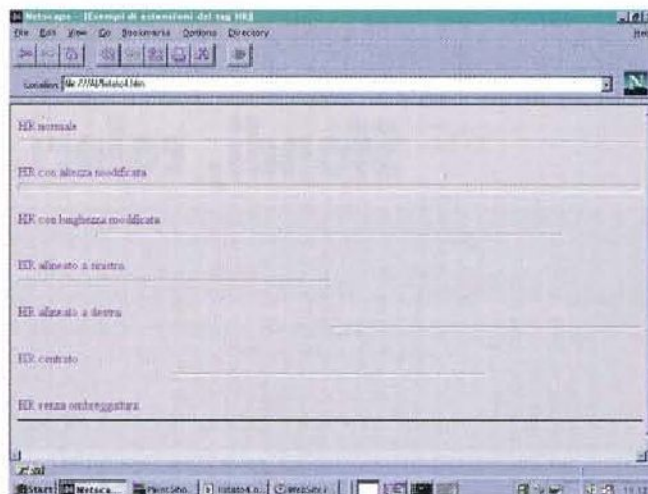
Se preferite le piante carnivore, non resta che fare un salto a **www.hpl.hp.com/bot/cp_ home**

Ma se proprio odiate i lemuri, e vorreste mangiarvi le piante carnivore in insalata, dovete rassegnarvi ad optare per le più belle foto delle top model (e dei top model). Per sognare digitare **www.modelsly nk.com/models/topmodels.html**

In questi siti potete trovare (e tranquillamente prelevare) ogni sorta di elemento grafico come pallini, stelline, barre colorate, ecc.: **www.mindspring.com/~guild/graphics/graphics.html www.infi.net/~rdralph/icons/cedar.cic.net/~rtilmann/htmltools.html**

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Esempi di estensioni del tag HR</TITLE>
</HEAD>

HR normale
<HR>
<P>
HR con altezza modificata
<HR SIZE=10>
<P>
HR con lunghezza modificata
<HR WIDTH=75%>
<P>
HR allineato a sinistra
<HR WIDTH=50% ALIGN=LEFT>
<P>
HR allineato a destra
<HR WIDTH=50% ALIGN=RIGHT>
<P>
HR centrato
<HR WIDTH=50% ALIGN=CENTER>
<P>
HR senza ombreggiatura
<HR NOSHADE>
<P>
</BODY>

</HTML>
```

Listato 4

Figura 6 - HR per tutti i gusti, non c'è che l'imbarazzo della scelta.

<HR SIZE=valore> permette di aumentare l'altezza della riga;

<HR WIDHT=valore o **percentuale>** determina la lunghezza della riga in pixel o in percentuale (100% la riga viene rappresentata per l'intera larghezza della pagina);

<HR ALIGN=LEFT o **RIGHT** o **CENTER>** la riga può essere allineata a sinistra, a destra o al centro della pagina;

<HR NOSHADE> elimina dalla riga l'effetto ombra creando una linea «solida».

Digitate il listato 4, il risultato sarà quello di figura 6.

E per ora è tutto: alla prossima e buona strada. MC

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

Sfondi, colori, carte da parati

Sicuramente avete visitato l'appartamento che si trova sopra o sotto il vostro. Sarà più bello o più brutto, sarà comunque notevolmente diverso dal vostro. Eppure lo spazio, le stanze, le finestre sono esattamente le stesse. Ciò che rende ogni appartamento unico è l'arredo interno. Anche per le pagine WWW vale lo stesso concetto. Potenzialmente sono tutte uguali, sta alla vostra inventiva renderle uniche.

di Giuliano Boschi

Chi ha già navigato in Internet avrà notato che molti dei siti hanno come colore di fondo un «banale» grigetto. Moltissimi altri, invece, hanno colori diversi, o addirittura elementi grafici che li rendono più gradevoli e originali. Dopo aver letto queste mie note, sarete anche voi in grado di dare maggiore personalità al vostro documento tramite l'utilizzo di semplici tag (comandi) di HTML.

Possiamo dividere tali elementi in due gruppi: i colori e le immagini grafiche.

Il colore di fondo

Abbiamo già visto come un tag essenziale ed indispensabile nella composizione di un documento HTML è **<BODY>**. Possiamo ora completare questo tag con l'estensione **<BODY BGCOLOR="#xxxxxx">**. Al posto delle x dobbiamo inserire un numero in formato esadecimale (per maggiori informazioni leggi il riquadro 1). Il numero inserito identifica un preciso colore che, interpretato dal vostro browser, farà da fondo al vostro documento. I colori possibili sono oltre 16 milioni, a partire dal nero (000000) per arrivare al bianco (FFFFFF). Il colore di default è il grigio (C0C0C0). Tali colori vi permettono di rendere più vivace il vostro documento, il pericolo che si corre è quello di renderlo addirittura troppo acceso e quindi di «volgarizzarlo». Attenzione quindi al gusto, prestando cura a quali debbano essere i contenuti del sito e alla serietà con cui si deve presentare. Un altro problema da tenere in considerazione è che il colore che voi potete vedere sul vostro monitor è direttamente correlato al tipo di scheda grafica che avete montato sul vostro computer. Può verificarsi il caso che la tonalità di un colore appaia notevolmente diverso da un computer all'altro. Nel riquadro 2 potrete, in ogni modo, trovare un elenco di colori con il loro valore esadecimale.

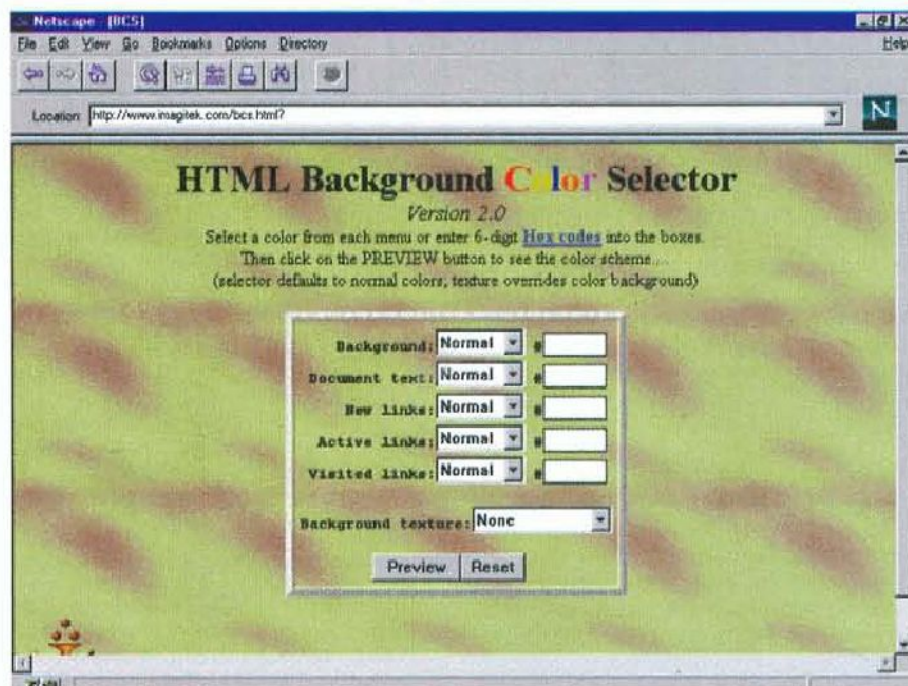
Cambio lo sfondo, cambio i colori

Se posso cambiare il colore dello sfondo, posso cambiare anche il colore del testo e dei link cliccabili? Certo che sì. Utilizziamo altre estensioni del tag BODY:

TEXT="#xxxxxx" specifica il colore che deve avere il testo. Le sei x indicano, anche in questo caso, un numero in formato esadecimale. Il colore di default è 000000 (nero);

LINK="#xxxxxx" specifica il colore, in formato esadecimale, che debbono avere i link (per intenderci quelli che appaiono sottolineati e che ci permettono la navigazione interattiva) che ancora non abbiamo visitato. Il colore di default è 0000FF (blu);

VLINK="#xxxxxx" (Visited link) specifica il colore, in formato esadecimale, che hanno i link già visitati. Il colore di default è C000C0 (magenta);

ALINK="#xxxxxx" (Active link) spe-

In questo sito potrete testare le vostre scelte, errare è umano, ma perseverare sarebbe diabolico.

cifica il colore, in formato esadecimale, che deve avere il link attivo, nell'istante, e solo in quello, che viene cliccato. Il colore di default è #FF0000 (rosso).

Ecco un esempio completo di come si devono inserire i comandi riguardanti i colori, in questo caso fondo giallo, testo blu, link rosso, link visitato marrone e link attivo di colore magenta: **<BODY BGCOLOR="#FFFF00" TEXT="#0000FF" LINK="#FF0000" ALINK="#C000C0" VLINK="#5C3317">**

Attenzione: sino a poco tempo fa si vedevano alcuni siti aprirsi con un susseguirsi continuo di diversi colori di fondo, dando così un effetto flash. Tale effetto si realizzava inserendo diversi tag BGCOLOR di seguito con diversi valori esadecimali. Ciò era possibile solo a causa di un bug di Netscape 1.1. Gli attuali browser, Netscape compreso, non permettono più tale gioco di colori, il solo BGCOLOR valido è il primo, gli altri sono semplicemente ignorati.

Si può anche fare di meglio...

Se poi i colori, anche se strani, non vi bastano, ecco la possibilità di inserire, come fondo, un'immagine grafica. A questo punto la fantasia non ha più limite. Per prima cosa ecco la sintassi:

<BODY BACKGROUND="/pippo/-pippo.gif" TEXT="...............">. Possono essere utilizzate immagini in formato GIF, JPG e XBM , possono risiedere in qualsiasi directory e addirittura in qualsiasi computer della rete (attenzione: in questo caso bisogna essere sicuri che l'immagine in questione non venga mai spostata o cancellata).

L'immagine che voi indicate al browser, sarà iterata sullo schermo all'infinito, andando a coprire l'intera estensione del vostro documento. Particolarmente indicati come fondo sono quindi le immagini geometriche ripetitive (come ad esempio un muro di mattoni), avendo cura di tagliare l'immagine in questione in modo che il lato destro sia perfettamente combaciabile con il lato sinistro, e quello superiore con quello inferiore. Se volete vedere un buon esempio di come sia stata utilizzata questa tecnica visitate il sito Fiat di lancio della Bravo e Brava, in particolare gli esempi dei tessuti interni. Cliccate sulle singole «automobiline» all'indirizzo: http://com-e.iol.it/fiat/bravo/interni.htm.

All'indirizzo http://the-tech.mit.edu/-KPT/Makeback/makeback.html vi viene spiegato come, utilizzando il programma Photoshop, possono essere realizzate immagini a «ciclo continuo».

Costruiamo la nostra «carta da parati»

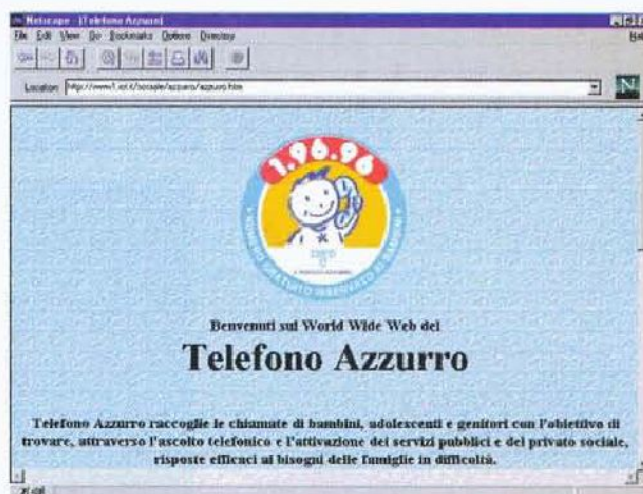
Per realizzare le vostre immagini di fondo (texture o wallpaper in inglese), potete scandire (scannerizzare o scannare che sia) le immagini più varie: foto-

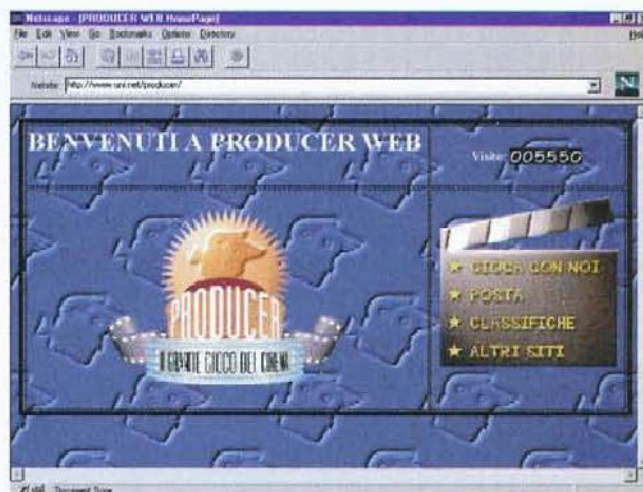
Visitando il sito della Netscape, si possono prelevare decine di immagini da utilizzare come fondo.

L'HTML in pratica

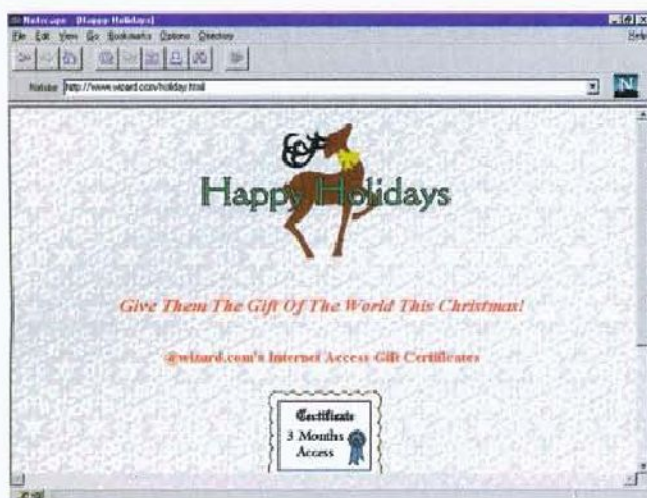
Nel sito Internet di MCmicrocomputer, ospitato come sapete da MC-link, potete trovare da questo mese una rubrica «on line» di HTML con gli esempi dei temi trattati nei miei articoli su queste pagine, trucchi e notizie dal mondo HTML. Fatemi sapere ciò che ne pensate: qualsiasi suggerimento per ampliare questo servizio sarà ben accetto. La URL è: **http://www.mclink.it/n/mcm/html**

Se poi volete finalmente cimentarvi con la realizzazione pratica di pagine WWW, MC-link ha quello che fa per voi. Come avete già letto sulle pagine di questa rivista, con MC-web avete la possibilità di pubblicare le vostre pagine su Internet ad un costo veramente alla portata di tutti. Quale modo migliore per mettere in pratica ciò che vi viene presentato in questi articoli? D'altronde è solo provando e riprovando che si può veramente diventare un buon «accatiemmellista».

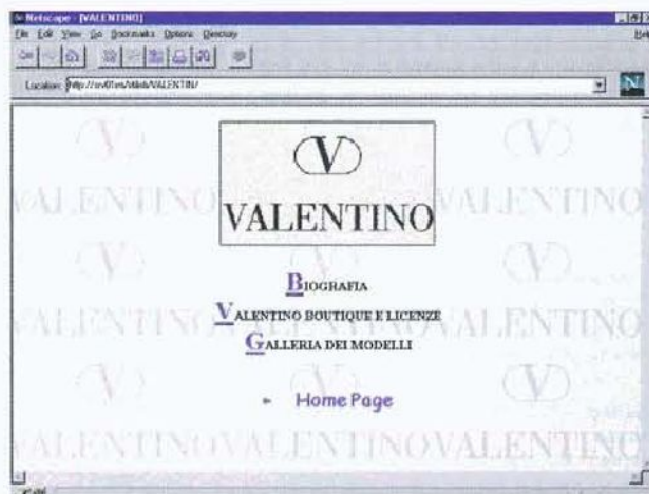
Un fondo semplice ed efficace, per gli amanti di X-files.

Un servizio sociale ed un bel fondo: ecco Telefono Azzurro.

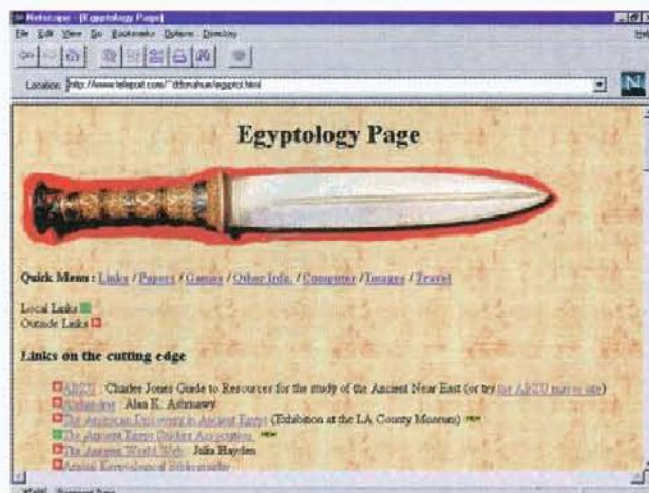
Cambiamo decisamente argomento. Quasi non si vedono, ma i coniglietti ci sono!

La Rai in rete con il programma Producer. Ecco un fondo con effetto Emboss.

Un altro fondo Emboss, per la casa produttrice del gioco dell'anno: Magic.

Altro Emboss per i ristoranti italiani negli Stati Uniti.

Anche se ormai fuori stagione, ecco dove acquistare regali natalizi. Il fondo ovviamente con la neve.

Per gli appassionati di Star Trek non poteva che esserci un fondo «stellare».

Per la confartigianato un leggero ed elegante graffito blu.

Anche la pagina di Valentino non poteva che essere essenziale ed elegante.

Un muro di mattoni per un gioco di ruolo fantasy.

Un viaggio in Egitto, come fondo l'immancabile papiro.

grafie di mogli e fidanzate, carta da pacchi, carta pergamena, fumetti o persino pezzi di spago, la fantasia è limitata solo dal possedere l'oggetto giusto. Altre immagini possono essere prelevate dalla rete, agli indirizzi presenti nel riquadro 3. Se poi visitate un sito con un fondo che vi piace particolarmente, non disperate. Apparentemente non può essere prelevato (l'opzione «save this image» funziona solo con le immagini e non con il fondo). Se comunque esaminate con un qualunque programma di grafica (ad es. Paint Shop Pro) la sottodirectory **cache** del vostro browser, vi troverete anche l'immagine dei fondi dei siti che avete visitato (il programma li rinomina con nomi da lui generati).

Il rischio, utilizzando immagini di fondo, è quello di appesantire eccessivamente il carico di lavoro della rete, con estenuanti tempi di attesa. Sappiate che con i browser attualmente in circolazione (al momento in cui scrivo questo articolo Nescape 2 ancora non è disponibile in versione definitiva), sul monitor non appare nulla sino a quando non è stato caricato il fondo. Se volete fare un rapido calcolo, anche se notevolmente empirico, sappiate che per ogni K di immagine l'attesa sarà di circa un secondo. Quindi un'immagine di 40 K costringerà l'utente a fissare inutilmente lo schermo per 40 secondi (vi assicuro che non sono pochi), con conseguente giudizio negativo sul sito che sta visitando. Occhio quindi alla lunghezza delle immagini di fondo, altrimenti molto meglio dirottare la scelta

Cos'è un numero esadecimale

Se vogliamo indicare ad un browser (come Netscape, Mosaic o Internet Explorer) un colore, dobbiamo digitarlo nel formato **#RRGGBB** dove RR indica il valore della componente rossa (red), GG della componente verde (green) e BB della componente blu (blue). Ogni numero, come si può facilmente notare, si compone di due cifre. Tali cifre devono essere notificate in formato **esadecimale**. Nel normale sistema decimale i numeri vanno da 0 a 9. Nel sistema esadecimale, invece, dopo il numero nove, si utilizzano le lettere A, B, C, D, E e F, per un totale di sedici numeri e per questo detto a base sedici. Quindi in un sistema esadecimale, dopo il numero 9 non ci sarà il 10, bensì A. Ad esempio il numero esadecimale D3 equivale al decimale 211 (13 x 16 + 3 = 211). Il numero più alto indicabile con due cifre è FF ed equivale al decimale 255. Calcolando che vi sono 3 numeri (RR GG BB), si può scegliere tra 256^3, ossia tra 16.777.216, possibili colori. Se poi tra questi non riuscite a trovarne uno di vostro gradimento... allora forse è proprio il caso di affermare che siete un tantinello pignoli.

All'indirizzo **http://www.sci.kun.nl/thalia/guide/color/dec-hex.html**, potete trovare un convertitore di numeri da esadecimale a decimale e viceversa.

Tanti ma non tutti

Ecco un elenco di colori con il loro codice esadecimale.
A parte i nomi pittoreschi, potrete facilmente trovare quello che vi serve.
Altrimenti collegatevi con uno dei siti segnalati nel riquadro 3 per trovarne qualche altro centinaio!!!!

Bianco	#FFFFFF	**Cardo selvatico**	#D8BFD8	**Rame I**	#D98719
Rosso	#FF0000	**Castano**	#8E236B	**Rame II**	#B87333
Verde	#00FF00	**Cielo estivo**	#38B0DE	**Rosa I**	#BC8F8F
Blu	#0000FF	**Cioccolato I**	#5C3317	**Rosa II**	#FF1CAE
Magenta	#FF00FF	**Cioccolato II**	#6B4226	**Rosa ruggine**	#856363
Ciano	#00FFFF	**Corallo**	#FF7F00	**Rosso indiano**	#4E2F2F
Giallo	#FFFF00	**Corteccia I**	#DB9370	**Salmone**	#6F4242
Nero	#000000	**Corteccia II**	#EBC79E	**Scarlatto**	#8C1717
		Corteccia scuro	#97694F	**Terra di Siena**	#8E6B23
		Giallo verde I	#93DB70	**Turchese**	#ADEAEA
Acquamarina	#70DB93	**Giallo verde II**	#99CC32	**Turchese medio**	#70DBDB
Acquamarina media	#32CD99	**Grano**	#D8D8BF	**Turchese scuro**	#7093DB
Arancione	#FF7F00	**Grigio**	#C0C0C0	**Verde ardesia scuro**	#2F4F4F
Argento	#E6E8FA	**Grigio chiaro I**	#A8A8A8	**Verde bosco**	#855E42
Blu acciaio	#236B8E	**Grigio chiaro II**	#CDCDCD	**Verde bosco chiaro**	#E9C2A6
Blu acciaio chiaro	#8F8FBD	**Grigio pallido**	#545454	**Verde bosco medio**	#A68064
Blu ardesia medio	#7F00FF	**Kaki**	#9F9F5F	**Verde caccia**	#215E21
Blu ardesia scuro	#6B238E	**Mandarino**	#E47833	**Verde cedro**	#32CD32
Blu cadetto	#5F9F9F	**Mattone**	#8E2323	**Verde foresta**	#238E23
Blu carico	#5959AB	**Marrone**	#A62A2A	**Verde foresta medio**	#6B8E23
Blu cielo	#3299CC	**Marrone scuro**	#5C4033	**Verde oliva scuro**	#4F4F2F
Blu chiaro	#C0D9D9	**Orchidea**	#DB70DB	**Verde mare medio**	#426F42
Blu lavagna	#007FFF	**Orchidea medio**	#9370DB	**Verde pallido**	#8FBC8F
Blu medio	#3232CD	**Orchidea scuro**	#9932CD	**Verde primavera**	#00FF7F
Blu mezzanotte I	#2F2F4F	**Oro**	#CD7F32	**Verde primavera medio**	#7FFF00
Blu mezzanotte II	#00009C	**Oro chiaro**	#D9D919	**Verde rame**	#527F76
Blu neon	#4D4DFF	**Oro vecchio**	#CFB53B	**Verde rame scuro**	#4A766E
Blu navy	#23238E	**Ottone**	#B5A642	**Verde scuro**	#2F4F2F
Blu violetto	#9F5F9F	**Porpora scuro**	#871F78	**Viola**	#4F2F4F
Bronzo	#8C7853	**Prugna**	#EAADEA	**Viola/rosso**	#CC3299
Bronzo II	#A67D3D	**Quarzo**	#D9D9F3	**Viola/rosso medio**	#DB7093

Alcuni indirizzi utili

Qui potete trovare centinaia di colori da usare come fondo:

http://www.baylor.edu/baylor/Misc/colors/Background.html
http://www.users.interport.net/~giant/COLOR/hype_color.html
http://www.sci.kun.nl/thalia/guide/color/
http://www.infocom.net/~bbs/cgi-bin/colorEditor.cgi
http://catless.ncl.ac.uk/Lindsay/colours.html
http://www.infi.net/wwwimages/colorindex.html
http://www.resort.com/~prime8/colorcode/ffffff.html
http://www.enterprise.net/iw/cbrowser.html
http://www.creation.com/cgi-bin/colors.cgi?red=255&green=255&blue=255

Ecco invece dove prelevare immagini da utilizzare come fondo:

http://www2.netscape.com/assist/net_sites/bg/backgrounds.html
http://www.contrib.andrew.cmu.edu/~ender/backidx.html
http://www.issi.com/people/russ/backgrounds.html
http://www.netcreations.com/patternland/
http://www.csv.warwick.ac.uk/~csuoq/window_managers/tiles/
http://www.psy.uwa.edu.au/bkg_gifs.htm
http://www.itw.com/~imagesys/textures-r-us/
http://www.meat.com/textures/
http://www.ecn.bgu.edu/users/gas52r0/Jay/Backgrounds/Backgrounds.html
http://www.setshop.com/BackgroundsSurfaces.html
http://raven.ubalt.edu/Images/backgrounds/sam_bg/sam_catalog.html
http://www.geopages.com/Colosseum/1730/
http://www.sfsu.edu/~jtolson/textures/textures.htm
http://www.ncsa.uiuc.edu/SDG/Software/WinMosaic/Backgrnd/
http://www.best.com/~drzeus/Art/Textures/Textures.html
http://www.primenet.com/~piglett/textures.html
http://www.designsys.com/champ/background.html
http://www.icon-stl.net/~rmelanso/backgrnd.htm
http://the-tech.mit.edu/KPT/bgs.html
http://www.cit.gu.edu.au/~iain/htextures/
http://www.inch.com/cgi-bin/kim/bgs.pl
http://east.isx.com/~dprust/Bax/index.html
http://www.execpc.com/~jeffo/webdes/bckgrnd2.html
http://comp.uark.edu/~cbray/back/

Vi sono dei tool molto utili che permettono, inserendo il colore di fondo o l'immagine, i colori scelti per i vari attributi (link, text, alink, vlink), di testare a video le scelte fatte, evitando così colori sparati o testi «rosso su rosso»:

Accessibili direttamente via web:

http://www.imagitek.com/bcs.html?
http://www.infocom.net/~bbs/cgi-bin/colorEditor.cgi
http://www.sci.kun.nl/cgi-bin-thalia/color/compose
http://www.biola.edu/cgi-bin/colorpro/colorpro.cgi
http://www.ua.com/colormap/pickurl.html
http://www.missouri.edu/~c588349/colormaker.html

Per MS Windows:

http://maximized.com/freeware/clrbrwsr/
http://www.meat.com/software/cmd.html
http://fox.nstn.ca/~harawitz/abtbgast.html
http://www.ot.com/~sidewin/projects.htm#rgb
http://www.bbsinc.com/colorEditor_FAQ.html
http://www.neonshop.com/software/software.html

Per Mac:

http://www.firehorse.com/colorhex/
ftp://ftp.fenk.wau.nl/pub/mac/info-mac/text/html/html-colour-tool-201.hqx
ftp://ftp.fenk.wau.nl/pub/mac/info-mac/text/html/html-color-picker-203.hqx

Per Unix:

http://dodo.rutgers.edu:6190/nscolor/
ftp://ftp.switch.ch/mirror/X11/R5-contrib/cpicker.tar.Z

su di un semplice colore di fondo. A questo proposito, se avete un bel colore in un'immagine, volete usarlo come fondo ma non conoscete il suo valore esadecimale, nessuna paura. Create un'immagine piccolissima, anche di un solo pixel, di quel colore. Praticamente non occupa spazio, ma riempirà ugualmente lo schermo della tonalità desiderata.

Ancora qualche consiglio

Un altro consiglio è quello di non usare come immagini di fondo, disegni o foto troppo contrastati. Infatti se già sul fondo sono presenti colori chiari e colori scuri, difficilmente si troverà un decente colore di testo che faccia contrasto con il fondo. Usate invece immagini omogenee, o scure o chiare, utilizzando, per ammorbidirle e uniformarle, i filtri presenti sui programmi di grafica. E a proposito di filtri, un filtro che può dare discreti risultati è il cosiddetto *emboss*, che crea un particolare effetto di bassorilievo.

Un'interessante estensione del comando BODY, al momento utilizzata solo da Internet Explorer, il browser della Microsoft, è BGPROPERTIES=FIXED. In questo caso l'immagine di fondo non scrolla con il testo, ma rimane fissa. (es. **<BODY BACKGROUND="pippo.gif" BGPROPERTIES=FIXED>**). L'effetto è decisamente piacevole ed elegante, di sicuro effetto. Permette, ad esempio, di inserire centralmente uno stemma o un'icona (ad esempio il logo di una società).

Tale elemento grafico viene così a trovarsi sempre al centro del documento, garantendo una maggiore penetrazione del messaggio.

Un altro interessantissimo tag di Internet Explorer (dovrebbe essere supportato anche dalla versione finale di Netscape 2) è **<FONT COLOR="#xxxxxx"> ... </FONT>** (dove x rappresenta sempre un numero esadecimale). Questo tag permette di cambiare il colore del testo all'interno del nostro documento ogni volta che lo desideriamo. Possiamo quindi evidenziare in modo diverso, alcune parti del testo. Il rischio, ancora una volta, è quello di «volgarizzare» le pagine, rendendo nullo o quasi il messaggio che vogliamo trasmettere. Il consiglio è sempre quello di avere «gusto», una dote che può permettere ai programmatori di casa nostra, di sopravanzare in qualità quelli d'oltreoceano (e, perché no, anche d'oltralpe).

MC

Giuliano Boschi è raggiungibile all'indirizzo boschi@mclink.it

a cura di Corrado Giustozzi

L'Arte di comporre una pagina HTML

Di buone intenzioni è lastricato l'inferno, dice un detto popolare, noi potremmo invece dire che di buone intenzioni è lastricata la rete. Forse è vero che scrivere in HTML non è così difficile, il difficile è capire che una buona pagina non è composta solo da un codice HTML

di Giuliano Boschi

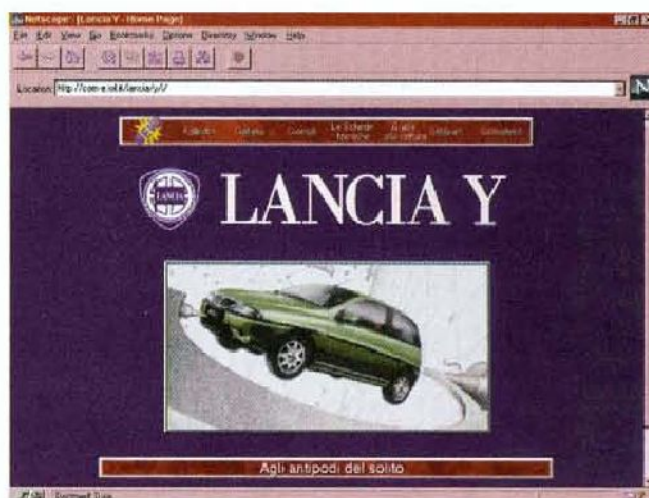
La mole di dati disponibile in rete è ormai incommensurabile. Milioni di documenti ci permettono di accedere a banche dati tra le più disparate. Possiamo consultare documenti scientifici, bibliografie, conoscere le ultime novità nel mondo del gioco o consultare, direttamente dal satellite, le previsioni del tempo di domani. È facile quindi capire l'importanza che debbono avere i contenuti all'interno di un documento. Ma il boom di Internet si è avuto solo quando, tramite il World Wide Web e l'HTML, tali documenti sono divenuti di facile consultazione e quando un'interfaccia grafica li ha resi esteticamente più godibili. Questo, per quanto possa sembrare assurdo, non è stato ancora capito da molte aziende che si ostinano a presentare pagine ricche di contenuto (e ci mancherebbe che non ci fosse), trascurando o quasi l'aspetto grafico ed accattivante.

Tale mancanza è giustificata in un archivio scientifico (ad esempio la banca dati di un Istituto di Ricerca o di una Università), dove la consultazione di un documento è dedicata quasi esclusivamente a specialisti di quel settore. In questo caso la percentuale di tempo da spendere sulla preparazione di quelle pagine è a quasi totale vantaggio del contenuto. Il discorso cambia in tutti quei casi (la maggioranza), in cui il documento sia destinato a comuni mortali, sia che si tratti di una azienda che si presenta al proprio pubblico, sia che si tratti di un sito che un privato può dedicare al suo gruppo musicale preferito. In questo caso i contenuti possono anche essere minimi, direi addirittura essenziali e comunque non devono mai prescindere da una accurata veste grafica e da una facile ed immediata interfaccia che permetta una chiara navigazione all'interno del sito in questione. Se non si curano questi elementi possiamo anche presentare i contenuti più validi di questo mondo: non saranno né letti né apprezzati.

Ottima azienda, ottima immagine, ma che lentezza!

Progetto e immagine

Appare così evidente l'estrema cura con cui dobbiamo preparare il nostro documento. Nulla deve e può essere lasciato al caso. Solo una corretta progettazione, e sottolineo progettazione, del sito, ci permetterà di entrare in contatto con chi ci sta ascoltando in quel momento, e solo così potremo far passare i nostri messaggi. Soprattutto un'azienda che vuole aprirsi ad un nuovo mercato, può correre il rischio opposto di veder allontanare un cliente, proprio perché il sito non risponde alle esigenze dello stesso. Ad esempio il sito della Apple (www.apple.com) mostra subito un difetto. È visitatissimo, quindi è molto lento e già questo non è una buona presentazione per una società che fa della tecnologia e dell'affidabilità la sua immagine vincente. Ebbene, per quanto accattivante, c'era proprio bisogno di mettere sulla prima pagina una grandissima mappa sensibile di svariati kappa ? Non sarebbe stato meglio inserire un semplice logo e una pulsantiera di pochi byte che avrebbe richiesto solo pochi secondi ad essere visualizzata? Si pos-

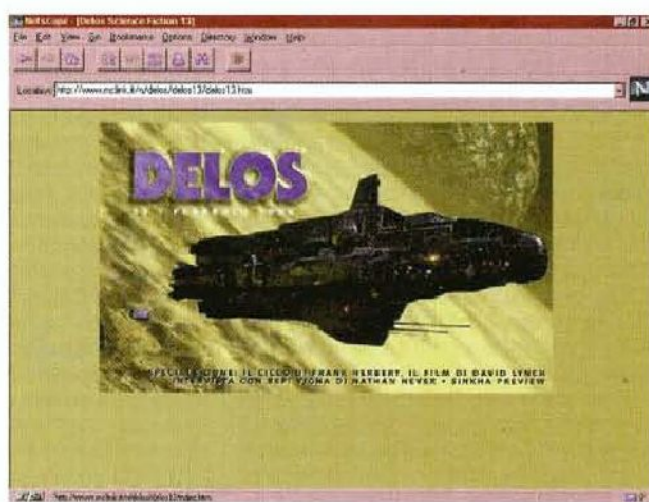
Ecco un buon esempio di copertina, essenziale ed efficace.

Ancora la Lancia, ecco la home page.

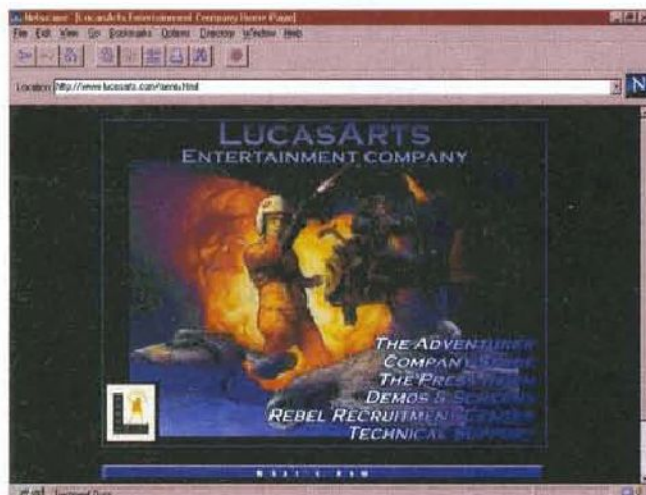
sono fare ottime cose anche con immagini di piccole dimensioni.

Non solo Netscape

Entriamo nel vivo del problema. Ci tengo subito a chiarire che quanto andrò a dire si applica alla stragrande maggioranza dei siti. Non è escluso che, in particolari casi, si debba, anche a ragione, prescindere da questi consigli. Tenete presente, inoltre, che il sito perfetto ed esente da errori non esiste, neanche quelli che progetto io (accidenti, lo sapevo che l'avrei detto prima o poi).

La prima domanda che dobbiamo porci è: a chi è indirizzato il sito? Infatti, come certo sapete, vi sono numerosi programmi (browser) che permettono la navigazione in Internet. Non tutti però interpretano gli stessi comandi o comunque non tutti li interpretano allo stesso modo. In teoria esiste uno standard (attualmente siamo all'HTML 3) ma la corsa ad accaparrarsi quote di mercato, fa sì che i progettisti di tali prodotti tendano ad aggiungere chicche su chicche, magari non inserendo l'innovazione introdotta dall'avversario per cercare di tagliarlo fuori dal mercato. Attualmente la situazione vede un dominatore del mercato: Netscape. Circa il 70% del mercato è suo. A fine gennaio è uscita la versione definitiva di Netscape 2.0 ed è iniziato il rilascio delle versioni beta di Netscape Gold. L'avversario più temibile è Internet Explorer, manco a dirlo della onnipresente Microsoft. Microsoft ha deciso, con la sua solita politica di controllo del mercato, di annientare Netscape. Giusto o sbagliato che sia, ci sta pian piano riuscendo. Ovviamente è partita dopo e quindi dal punto di vista tecnico ancora non ha raggiunto le potenzialità produttive della Netscape (ma non credo che Microsoft ci metterà tanto a creare un team di sviluppo efficace). Il vero vantaggio di Internet Explorer rispetto a Netscape è che il primo è freeware ed il secondo solo shareware. In Italia forse questo non ha molto significato (quanti di voi si sono registrati alla Netscape?). All'estero, e negli Stati Uniti in particolare, non è così. In pratica Explorer è gratis, Netscape lo devi pagare. Inoltre Microsoft concede, senza grossi problemi, la possibilità di inserire Explorer gratuitamente all'interno di CD (come quelli che trovate allegati alle riviste di informatica). Netscape questo non lo fa. È quindi chiaro che le potenzialità di sviluppo e distribuzione sono tutte a vantaggio, ancora una volta, di Microsoft. In breve tempo vedremo chi vincerà la guerra. Altri browser sono presenti sul mercato, oltre ai due citati, ma con quote decisamente minimali e con tecnologie decisamente inferiori al punto che mi chiedo come mai vengano ancora usati. Tutta questa tiritera per cercare di capire quale standard dobbiamo tener presente nella composizione delle nostre pagine HTML. Dividiamo gli utenti in due fasce: società commerciali e pagine di privati. Nel secondo caso non c'è la necessità assoluta di raggiungere tutti gli utenti della rete, quindi potete uti-

Una buona copertina, questa volta da parte di una rivista telematica italiana di fantascienza.

Un'ottima copertina, calda e accogliente.

La mappa più bella e più inutile di tutta la rete.

lizzare come standard Netscape ed utilizzare ad esempio i frame (che permettono di dividere la finestra di osservazione in più finestre indipendenti). Se proprio volete fare le cose in grande, potete compilare le vostre pagine due volte, una con i frame e una senza. Per quanto riguarda gli applicativi Java, vi ricordo che sono visualizzabili solo da sistemi a 32 bit. Quindi una fascia al momento ancora estesa del mercato, non li può apprezzare. Se invece le pagine sono quelle di una società di grosso nome che si presenta al proprio parco utenti, il discorso cambia. Meglio rinunciare ad effetti speciali, ma fare in modo che tutti, o la stragrande maggioranza degli utenti, possano vedere il documento. Infatti un cliente che visita il sito di una ditta che non ha prestato attenzione alle sue esigenze (sia pur di utente minoritario) sicuramente non serberà un buon ricordo di quel prodotto e potrebbe dirottare la scelta sul concorrente.

La copertina

Incominciamo a visitare il nostro agognato sito. Per prima cosa ogni vostra pagina deve avere un titolo. Tale titolo deve essere racchiuso tra i tag <TITLE>....</TITLE> nella parte iniziale (<HEAD>) del vostro documento. Il titolo deve essere chiaro e inequivocabile. Infatti chi troverà di gradimento il sito, inserirà l'indirizzo nel bookmark. Il sito sarà quindi memorizzato in questa agenda personale con il nome che voi avrete assegnato alla pagina. Quindi un ipotetico titolo non può essere semplicemente Home Page bensì Home Page di pincopallo o Star Trek on-line o Benvenuti nel sito Ferrari.

Molto spesso, anzi quasi sempre, si ha la cattiva abitudine di utilizzare la home page come prima pagina del sito. Ciò non corrisponde agli odierni dettami del decalogo del buon accatiemmellista. La prima pagina deve essere stringatissima e occupare una sola videata. Deve contenere soltanto il nome del sito (o della ditta che sia), un eventuale slogan e un'immagine, come ad esempio un logo o comunque qualcosa che faccia subito chiaramente capire i contenuti delle pagine a venire. In pratica si tratta di una copertina, né più né meno come quelle delle riviste cartacee. Più sarà semplice e lineare, più sarà rappresentativa del messaggio che vogliamo trasmettere. Cliccando sul logo o sullo slogan si accederà alla home page. Unica deroga può essere una pulsantiera che permetta di accedere alle versioni nelle varie lingue. La copertina deve caricarsi in tempi brevi. In genere, ma non sempre, il fondo deve essere di colore uniforme e comunque diverso da quello della home page e di tutto il sito. Come al solito, è il gusto personale che ci deve indicare quale è la giusta miscela degli elementi in gioco.

La home page

E siamo così alla home page. Questa pagina deve principalmente avere la funzione di indice. L'errore più comune è quello di riempirla con una sequela di link. Molto meglio ragionare per capitoli. Raggruppate tutti i link dello stesso tipo (ad esempio, se si tratta della vostra pagina personale, i vostri hobby, i siti preferiti, e così via) in una nuova pagina. Difficilmente un navigatore leggerà un'intera pagina con decine di link. Quante volte avete interrotto il caricamento di una pagina che tardava a venire? La gente non ha difficoltà ad attendere 30+30 secondi per poter visualizzare due pagine, anche se brevi. Sarà invece insoddisfatta se dovrà attendere 1 minuto per una sola pagina, anche se più ricca di contenuti. Provare per credere. Quindi progettate il vostro sito con l'obiettivo di costruire molte pagine, ma brevi.

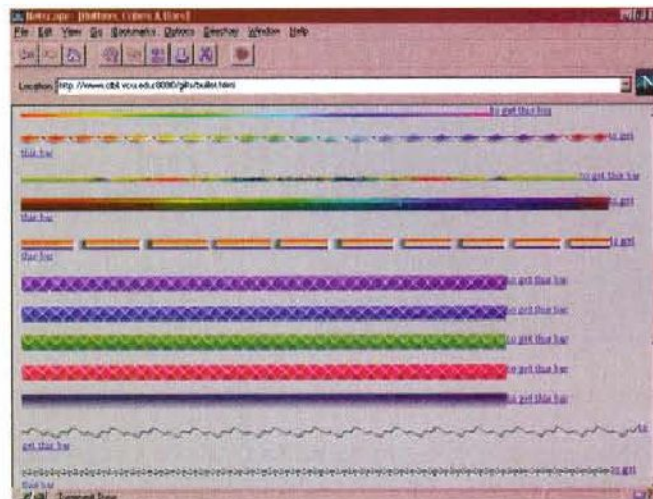
Spesso nella home page vengono inserite delle mappe sensibili. Tratterò di queste mappe in un prossimo articolo, intanto, per chi non lo conosce, si tratta di immagini, in genere molto grandi, che permettono di indirizzare ad un link specifico a seconda di quale punto si clicchi su di essa. Ad esempio una cartina dell'Europa potrebbe mandare ai siti nelle diverse lingue a seconda della nazione che si clicca.

Io sono tendenzialmente contrario alle mappe. La mia avversione è dovuta al fatto che in genere si tratta di immagini grandi e che quindi richiedono molto tempo per essere caricate a video. Ciò sarebbe anche sopportabile se non fossero quasi sempre utilizzate in modo

improprio. Va bene per l'esempio fatto della cartina dell'Europa, ma che senso ha una megafigura con delle scritte che indirizzano ai vari siti? Non sarebbe meglio scrivere un normale testo linkabile e risparmiare al povero utente secondi di preziosa (e costosa) attesa? A volte le mappe sono costruite con elementi grafici che si rifanno a pulsanti. Stesso discorso, perché non fare una semplice tool con una serie di pulsanti?

Un ottimo consiglio è quello di costruire delle false mappe con piccole immagini diverse attaccate tra di loro. Il vantaggio è quello che i singoli gif sono caricati in cache separatamente e possono essere riutilizzati come si vuole all'interno del sito senza ulteriori ritardi di caricamento. Ciò è ancora più vero con le toolbar di navigazione. È facile vedere nei siti delle toolbar che indirizzano ai diversi capitoli. Quando si è in una pagina la parte di toolbar che la riguarda è spesso di un colore diverso e non cliccabile per far intendere di trovarsi già all'interno di quel capitolo. Spesso tale toolbar è fatta con una mappa sensibile. Questo vuol dire che ogni capitolo ha una mappa diversa, ognuna con il rispettivo pulsante evidenziato. Se combiniamo la toolbar con una serie di gif una accanto all'altra (l'effetto è perfettamente lo stesso di una mappa sensibile), avremo il vantaggio di averle già nella cache e dovrà essere caricato solo il nuovo pulsante che indica il capitolo in cui ci si trova, pulsante certo di dimensioni ridotte rispetto all'intera toolbar.

In una vera home page non devono, o meglio non dovrebbero, essere inseriti contenuti quali testi o simili. Al massimo possono essere inserite piccole frasi di chiarimento o saluto, ma nulla di più.

Su una buona home page dovrebbe esserci solo l'indice dei contenuti, proprio come nel sito delle TGS.

In rete potete trovare migliaia di bottoni, barre e icone. Ricordatevi che siano coerenti tra di loro.

Le immagini

Ed ecco che comincia la navigazione. Quelli che seguono sono consigli generali che si possono applicare a qualsiasi pagina HTML.

Le pagine devono essere esteticamente belle, è questo che si aspettano i nostri interlocutori. Uno dei principali problemi è quello dell'inserimento di immagini. Abbiamo già visto come un'immagine, anche se bella, ma lunga a caricarsi, possa incidere negativamente sulla nostra pagina. È quindi buona norma inserire immagini ridotte. I modi per farlo sono molti, tutti realizzabili con l'ausilio dei più comuni programmi di grafica (anche quelli shareware come ad esempio Paint Shop Pro). La cosa più ovvia è quella di ridurre le dimensioni dell'immagine. Se dimezziamo la lunghezza dei lati, la sua dimensione, in superficie, e quindi in byte, si ridurrà ad un quarto dell'originale, cioè il tempo di caricamento sarà ridotto di ben quattro volte! Certo si perde in nitidezza e in impatto visivo ma... almeno sarà vista con piacere. Uno dei componenti principali dell'immagine, è il numero di colori che la compone. Non usate assolutamente immagini a 16 milioni di colori in formato gif. Le immagini possono essere ridotte a 256 colori, o addirittura a 16. Se si tratta di fotografie o di immagini scannerizzate, in genere siamo obbligati ad optare per i 256 colori. Infatti tali immagini, portate a 16, risultano opache e con un antiestetico effetto spolvero (anche se a volte ho usato tale tecnica come effetto speciale). Invece possiamo portare a 16 colori tutti i pulsanti, spesso il logo di una azienda e comunque ogni volta che ci troviamo di fronte ad immagini molto contrastate che non necessitano di sfumature accentuate. Se stiamo utilizzando immagini composte da scritte bianco su nero o viceversa, possiamo portare la figura a solo 2 colori. Se invece vogliamo mantenere milioni di colori, possiamo salvare la nostra immagini in formato jpeg, con un forte fattore di compressione. A volte le immagini così trattate occupano meno spazio delle relative gif a 256 colori. Controllate però sempre i risultati in quanto la perdita di definizione, dopo tale trattamento, può essere notevole. Ancora si possono modificare le immagini con l'utilizzo di filtri. Spesso, tali elaborazioni, che potremmo chiamare effetti speciali, permettono di costruire delle immagini a soli 16 colori, perfettamente coerenti con il contesto in cui si trovano.

A volte può comunque essere necessario, per i motivi più disparati, inserire immagini di grande formato. In questo caso, invece di inserirle all'interno di una pagina, fate un link alla sola immagine in questione, avvertendo che si sta

Un consiglio ai lettori

Per chi volesse approfondire gli argomenti trattati in questo numero, consiglio un libro, immancabilmente in lingua inglese: Designer's Guide to the Internet di Mike Zender, Jeff Fine e Rick Albertson della Hyden Books. Il libro spazia dalla programmazione alla progettazione delle pagine, con particolare attenzione alla coerenza e alla cura estetica del sito. Oltre metà del testo è dedicata all'analisi di siti presenti in rete evidenziandone pregi e soprattutto difetti.

per caricare un'immagine di x kappa.

Un ottimo effetto (che comunque non serve a far risparmiare byte) è quello della trasparentizzazione. Si tratta di rendere trasparente uno dei colori presenti nell'immagine, in modo da sostituirlo con il colore di fondo della pagina. In tal modo la silhouette dell'oggetto verrà evidenziata, con un gradevolissimo effetto. Mi sono arrivate molte mail che mi chiedevano come si fa ad ottenere questo effetto. Io utilizzo Paint Shop Pro. Si posiziona il contagocce sul colore che si vuole trasparentizzare. Sul fondo dello schermo vengono indicati i valori di quel colore, tra cui l'indice contraddistinto dalla lettera i e da un numero. Fatto ciò andiamo nel menu file e clicchiamo su save as. Apparirà una finestra. Clicchiamo su option. Una di queste è proprio la trasparentizzazione. Non resta che inserire il valore di indice precedentemente rilevato e salvare il file.

Personalità e coerenza

Un sito ben fatto deve essere dotato di una sua personalità. Non si possono avere tipi di fondo diversi ad ogni pagina, soprattutto se ci troviamo in un sito monotematico. Ugualmente lo stile deve essere conservato negli elementi di contorno. Se nella pagina inseriamo dei bottoni, questi devono essere coerenti tra di loro. Un effetto decisamente sgradevole è dato dall'avere nella stessa pagina bottoni con scritte, con disegni e con fotografie oppure alcuni a colori ed altri in bianco e nero. Questo è un difetto che riscontro in molti siti. È vero che navigando nella rete possiamo trovare e catturare centinaia di immagini, pulsanti, pallini e linee, ma è anche vero che l'obiettivo non deve essere solo quello di trovare degli elementi grafici gradevoli, ma di costruire un sito valido e coerente. Meglio allora scegliere pulsanti meno belli ma tutti dello stesso stile.

Un buon trucco per rendere più agile la pagina è quello di movimentarla. Invece di inserire tutte le immagini al centro, possiamo posizionarle alternativamente a destra e a sinistra (<IMG ALIGN=LEFT/RIGHT SRC=«pippo.gif»>) e magari contornarle con un bordo aggiungendo l'estensione BORDER=2. In questo caso il bordo sarà dello stesso colore del testo. Al contrario possiamo utilizzare BORDER=0 per evitare che un'immagine cliccabile abbia il contorno tipico dei link. Tale applicazione è quasi sempre quando l'immagine cliccabile è stata trasparentizzata.

Ancora qualche consiglio

Una delle cose che più affascina del mondo di Internet è la modalità ipertesto che permette, cliccando semplicemente su frasi, immagini o singole parole, di raggiungere altri documenti sparsi per la rete o, molto spesso, presenti sullo stesso sito. Se è vero che molti link interni rendono il sito dinamico e appariscente, è anche vero che spesso possono disorientare la navigazione e rendere non razionale, la lettura del documento. Quindi parsimonia e intelligenza nel loro uso e comunque cercate di inserire un pulsante (torna alla pagina precedente) per permettere di riprendere la navigazione dal punto in cui si era lasciata. Se una stessa pagina può essere raggiunta per più vie, vi consiglio di inserire una scritta del tipo utilizzate la funzione back del vostro browser per tornare alla pagina precedente. Sarà così chiara, per il navigatore, la scelta da intraprendere.

Una particolare attenzione deve essere posta se si vogliono inserire delle immagini di fondo. Spesso, pur di inserire ciò che interessa, non si presta la giusta attenzione ad alcuni elementari parametri. Ad esempio il fondo non deve avere colori contrastanti tra di loro, altrimenti non si riuscirà a trovare un colore di testo che risalti in tutti i punti dello schermo. A questo proposito è buona norma schiarire i fondi, rendendoli così più uniformi. Ad esempio, con Paint Shop Pro potete usare l'opzione colors, quindi adjust e brightness/contrast. Anche nell'uso dei fondi colorati bisogna usare sagacia. Avete mai provato a leggere per più di un minuto un testo giallo su fondo rosso? Certo sempre meglio di una martellata su un callo, ma perché costringere i nostri poveri e affaticati occhi ad un tale stress?

Per ora mi fermo qui, di cose da dire ce ne sarebbero ancora molte, ma lo spazio stringe. Nel prossimo numero vivisezioneremo passo passo uno dei siti italiani più visitati, evidenziandone pregi (speriamo molti) e difetti (sicuramente non pochi). MS

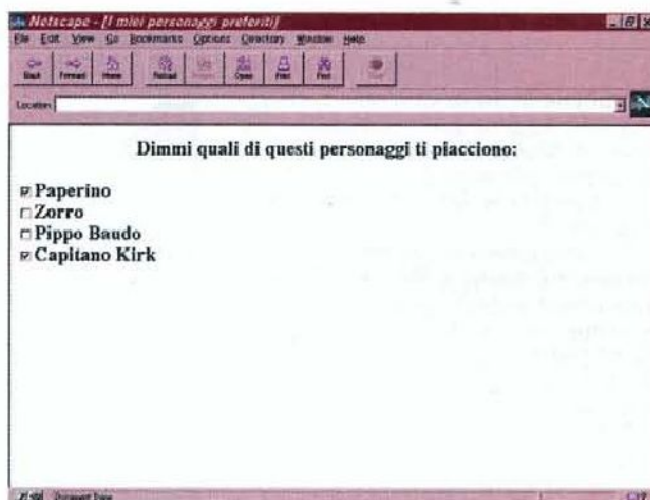
Giuliano Boschi è raggiungibile su MC-link alla casella MC9706 e su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

I moduli

I moduli sono il più tipico esempio di burocrazia. Fastidiosi, interminabili, zeppi di richieste inutili. Eppure possono essere, per via telematica, la fonte principale di interazione tra noi e un computer che si trova a migliaia di chilometri dalla nostra postazione

di Giuliano Boschi

Già prima della nascita del **WWW** (World Wide Web), tramite Internet era possibile accedere ad uno dei milioni di computer presenti nella rete. Si potevano prenotare camere d'albergo, consultare banche dati, inoltrare richieste di informazioni, insomma interagire attivamente con un programma residente nel computer che stavamo consultando. La progettazione dei programmi che permettevano tale interazione tra dati e programma che li gestisce, era comunque piuttosto complessa, non certo alla portata di tutti e comunque, una volta sviluppati, erano specifici per quella macchina e utilizzabili solo per l'uso per cui erano stati progettati. In un certo senso, con la nascita del **WWW**, non si è creato nulla di nuovo, possiamo fare le stesse cose ma ora abbiamo due nuovi strumenti: un'interfaccia utente chiara ed accattivante (l'HTML) e un nuovo sistema per far interagire i nostri dati: il **CGI** (Common Gateway Interface). In questo numero tratteremo la parte riguardante l'HTML, rinviando al prossimo tutto quanto vorrete sapere sul CGI. Non fatevi impressionare dal fatto che questo articolo risulti più complicato degli altri, ci troviamo di fronte ad uno di quei molteplici casi in cui è più difficile spiegare che realizzare.

Figura 1: Semplice ed efficace, con un click di mouse divulgherete i vostri più reconditi segreti!

Listato 1

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>I miei personaggi preferiti</TITLE>
</HEAD>

<BODY BGCOLOR=FFFFFF>

<FORM METHOD=GET ACTION=..........>

<CENTER>
<H2>Dimmi quali di questi personaggi ti piacciono:<P>
</CENTER>

<INPUT TYPE="CHECKBOX" NAME="Personaggio" VALUE="paperino">Paperino<BR>
<INPUT TYPE="CHECKBOX" NAME="Personaggio" VALUE="zorro">Zorro<BR>
<INPUT TYPE="CHECKBOX" NAME="Personaggio" VALUE="pippo_baudo">Pippo Baudo<BR>
<INPUT TYPE="CHECKBOX" NAME="Personaggio" VALUE="kirk">Capitano Kirk<BR>
</H2>

</FORM>

</BODY>

</HTML>
```

I moduli

Quanti moduli cartacei avete compilato durante la vostra vita? Per avere la patente, per iscriversi a scuola o ad un corso di nuoto, per farci allacciare il telefono o per poter affittare una videocassetta, dobbiamo compilare un modulo. A volte dobbiamo scrivere all'interno di campi prestabiliti il nostro no-

me e cognome o l'indirizzo dove abitiamo, a volte dobbiamo semplicemente fare una croce sulla casella che contraddistingue il sesso a cui apparteniamo. I moduli telematici via Internet, si compilano esattamente nello stesso modo. L'unica differenza sta nel fatto che, invece di utilizzare una penna, adoperiamo tastiera e mouse. L'HTML ci permette di progettare questi **moduli** (o **form**).

I tag che identificano l'inizio e la fine di un modulo sono: **<FORM>** e **</FORM>**. Tutto ciò che è racchiuso tra i due tag viene identificato come un unico modulo, qualunque sia il numero dei campi che vi sono all'interno. Non si possono inserire dei moduli all'interno di altri moduli (nidificati), possono invece essere presenti più moduli in una stessa pagina HTML, ciascuno distinto dagli altri.

Un programma residente nel computer con cui siamo collegati (server) ci permette di elaborare i dati che l'utente immette in un modulo. Per dire al computer qual è il programma da utilizzare e dove si trova, abbiamo a disposizione un'estensione del tag FORM: **ACTION**. Il valore di ACTION è un indirizzo http (o URL), ad esempio <FORM ACTION= "http://pippo/pluto/paperino">. I nostri dati saranno processati dal programma che si chiama paperino che si trova nella directory pluto sul computer di nome pippo.

Un altro attributo di FORM è **METHOD** che permette di specificare il metodo con cui i dati devono essere comunicati al server. METHOD può avere due valori. Con **GET** i dati che noi inseriamo nel modulo vengono inviati come parte terminale della URL specificata con ACTION, dopo l'inserimento automatico di un punto interrogativo. Se ad esempio abbiamo un dato chiamato età a cui abbiamo risposto 38 e se nel nostro modulo abbiamo inserito la linea <FORM METHOD=GET ACTION= "http://pippo/pluto/paperino">, al computer giungerà il seguente messaggio: http://pippo/pluto/paperino?età=38. Ovviamente il programma paperino sa come interpretare i dati età=38.

Se il valore di METHOD è invece **POST**, i dati non vengono appesi alla URL indicata, ma inviati sotto forma di pacchetti al CGI. Generalmente si utilizza POST quando i dati da inviare sono numerosi.

Un attributo poco utilizzato di FORM è **ENCTYPE** che specifica il formato con cui i dati vengono trasmessi al server. Il valore di default è application/x-www-form-urlencoded con METHOD=GET e uno standard MIME con METHOD=POST. Di norma non c'è bisogno di modificare i valori di default.

Immettiamo i dati

Abbiamo visto come i dati immessi possono essere interpretati da programmi specifici. Occupiamoci ora dell'interfaccia utente, ossia dell'aspetto grafico che il modulo assumerà agli occhi del compilatore. Il tag che ci per-

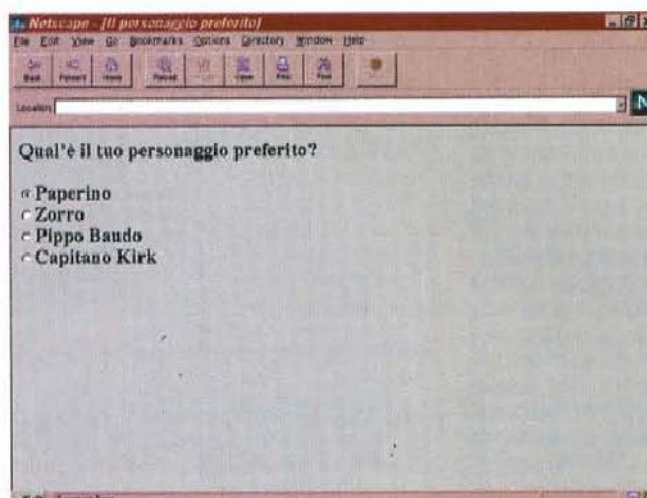



Figura 2: Ero indeciso tra Paperino e Pippo Baudo, poi ho scelto il più sfortunato tra i due.

Listato 2

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Il personaggio preferito</TITLE>
</HEAD>

<BODY BGCOLOR=FFFFFF>

<FORM METHOD="GET" ACTION=".....">
<H2>Qual'è il tuo personaggio preferito?<P>

<INPUT TYPE="RADIO" NAME="preferito" CHECKED VALUE="paperino">Paperino<BR>
<INPUT TYPE="RADIO" NAME="preferito" VALUE="zorro">Zorro<BR>
<INPUT TYPE="RADIO" NAME="preferito" VALUE="pippo_baudo">Pippo Baudo<BR>
<INPUT TYPE="RADIO" NAME="preferito" VALUE="kirk">Capitano Kirk<BR>

</H2>

</FORM>

</BODY>

</HTML>
```

Listato 3

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Il personaggio preferito e odiato</TITLE>
</HEAD>

<BODY BGCOLOR=FFFFFF>

<CENTER>

<FORM METHOD="POST" ACTION="..........">

<H2>Qual'è il tuo personaggio preferito?
<SELECT NAME="preferito">
<OPTION VALUE="paperino">Paperino<BR>
<OPTION VALUE="zorro">Zorro<BR>
<OPTION VALUE="pippo_baudo">Pippo Baudo<BR>
<OPTION VALUE="kirk">Capitano Kirk<BR>
</H2>
</SELECT>

</FORM>

<BR>
<BR>
<BR>

<FORM METHOD="POST" ACTION=".....">
<H2>Quali personaggi odi?
<SELECT MULTIPLE SIZE="2" NAME="odiati">
<OPTION VALUE="paperino">Paperino<BR>
<OPTION VALUE="zorro">Zorro<BR>
<OPTION VALUE="pippo_baudo">Pippo Baudo<BR>
<OPTION VALUE="kirk">Capitano Kirk<BR>
</SELECT>
</H2>
</FORM>

</CENTER>

</BODY>

</HTML>
```

Figura 3: Questo è solo un esempio, spero che i moduli delle vostre pagine siano più intelligenti di questo!

mette tali elaborazioni è **INPUT**. Gli attributi di INPUT ci consentono sia di indicare le variabili poi definite dall'utente, sia di disegnare la maschera grafica che permette un più chiaro utilizzo del modulo da compilare.

Per far sì che il CGI riesca ad interpretare i valori immessi, bisogna dare un nome ad ogni campo del modulo. Ciò avviene tramite l'attributo **NAME**. Il consiglio è quello di assegnare alle variabili dei nomi che ne permettano una facile identificazione. Ad esempio, se abbiamo bisogno di un campo che indichi la nazionalità dell'interlocutore, il NAME potrà essere nazione (<INPUT .... NAME="nazione">. Questo attributo è obbligatorio per una corretta interpretazione dei dati da parte del CGI.

L'attributo principale di INPUT è **TYPE**. Type può assumere i valori di CHECKBOX, CHECKED, HIDDEN, IMAGE, PASSWORD, RADIO, RESET, SUBMIT e TEXT.

L'attributo **CHECKBOX** si utilizza quando abbiamo la necessità di inserire un campo univoco. I dati vengono inviati al CGI solo se la casella in questione viene segnata dall'utente impostandone così il valore su ON. Se la casella non è selezionata il valore impostato è OFF e tale campo non viene inviato al CGI. Il valore di default è OFF. Dobbiamo utilizzare un campo di questo tipo quando abbiamo la necessità di sapere se l'intervistato è in possesso di un preciso requisito, ad esempio: cliccare qui se si possiede un'automobile.

Ecco la sintassi da usare:
<INPUT TYPE="CHECKBOX" NAME="nome">.

Sullo schermo viene visionato un quadratino. Cliccando all'interno di questo viene automaticamente inserita una sorta di V. Il valore dell'input viene così impostato su ON. Utilizzando l'attributo **CHECKED** possiamo settare il valore di default su ON.

A volte può presentarsi la necessità di avere più risposte valide ad una stessa domanda. In questo caso utilizziamo l'attributo **VALUE** per assegnare dei sottonomi al nome della variabile (vedere listato e figura 1). I valori di NAME e VALUE selezionati (ossia con valore ON), sono trasmessi abbinati al CGI.

Con **HIDDEN** definiamo un campo

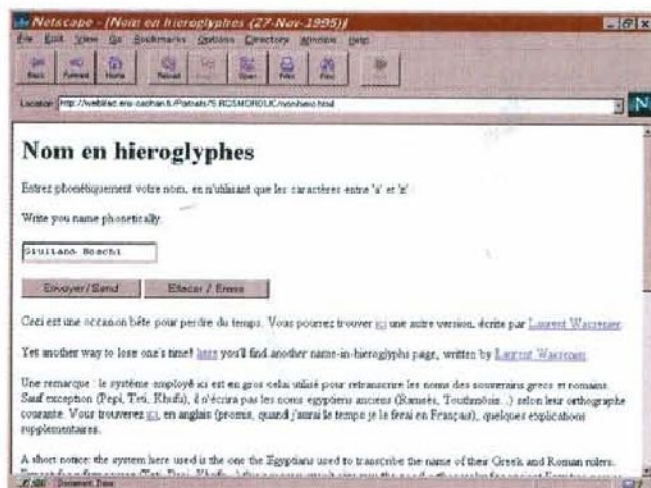



Figura 4: Un modulo semplice semplice che vi permette di trasformare il vostro nome in un geroglifico egizio.

ed un valore che l'utente non visualizza sul suo monitor, ma che viene comunque inviato al CGI. La sintassi è:
<INPUT TYPE=HIDDEN NAME="nome" VALUE="valore">

Con **IMAGE** utilizziamo un'immagine per svolgere la funzione di pulsante di invio modulo. Le coordinate in pixel del punto selezionato vengono calcolate a partire dall'angolo superiore sinistro dell'immagine e sono inviate al CGI (insieme agli altri contenuti del modulo), attraverso l'associazione NAME/VALUE. Il NAME è quello che noi abbiamo indicato nel tag, il VALUE è rappresentato dalle coordinate x ed y del punto selezionato. Se inseriamo nel tag un valore di VALUE, questo viene ignorato. L'indirizzo dell'immagine deve essere definito tramite l'attributo SRC, come se si trattasse di una normale immagine.

Possiamo determinare la posizione del testo rispetto all'immagine con l'attributo ALIGN. I valori di ALIGN possono essere: top, middle, bottom, left, right (rispettivamente in alto, a metà, in basso, a sinistra e a destra).

La sintassi è:
<INPUT TYPE="IMAGE" SRC="path_dell'immagine" NAME="nome" ALIGN=middle>

Figura 5: In questo caso il modulo viene utilizzato per conoscere il parere dei lettori su come comporre una rivista veramente a loro misura.

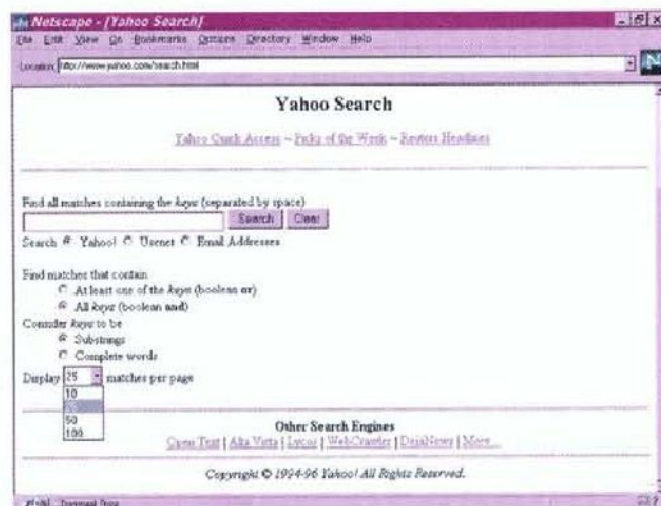



Figura 6: Uno dei moduli più compilati dell'intero web. Tramite il modulo si inviano dati ad un potente motore di ricerca.

Un minimo di sicurezza

A volte possiamo avere bisogno di far digitare all'utente dei dati riservati (come ad esempio una password), che non devono essere letti da eventuali altre persone presenti davanti alla postazione. In questo caso utilizziamo l'attributo **PASSWORD**. Con PASSWORD definiamo un normale campo di testo, ma quando vi digitiamo qualcosa, sullo schermo compaiono degli asterischi al posto delle lettere o dei numeri inseriti. Da notare comunque che i dati inviati al CGI non sono cifrati. Se si necessita di una maggiore sicurezza bisogna ricorrere ad altri mezzi, come programmi specifici che permettono l'invio di dati riservati con bassa possibilità di essere interpretati da altri interlocutori (la sicurezza totale è, per ora, praticamente impossibile da realizzare). La sintassi è:
<INPUT TYPE="PASSWORD" NAME="nome">

Come in ogni modulo che si rispetti, si può presentare l'occasione di proporre all'utente una serie di opzioni, tra le quali compiere un'unica scelta. Un esempio? Che ne pensate di questo articolo? Possibili risposte: eccezionale, stupendo, magnifico (segnate una sola risposta). In questo caso possiamo utilizzare l'attributo **RADIO**. Come già visto con CHECKBOX, anche in questo caso si accoppiano i valori di NAME e VALUE selezionati e quindi con valore ON. Ovviamente con RADIO una sola delle opzioni proposte può avere come valore ON. Infatti, se si segna una delle opzioni, e poi se ne sceglie un'altra, la prima opzione inserita sarà automaticamente cancellata (vedere listato ed esempio 2). Dal punto di vista grafico, sullo schermo, al posto di quadratini, sono presenti dei cerchietti cliccando all'interno dei quali si effettua la scelta dell'opzione desiderata. Con CHECKED possiamo settare una delle opzioni di default, tale opzione viene quindi visualizzata già evidenziata. Il mio consiglio è quello di utilizzare CHECKED solo quando ci troviamo di fronte a scelte obbligate quale può essere la scelta della nazionalità di appartenenza tra quelle proposte.

Non è invece consigliabile un suo utilizzo quando richiediamo un giudizio di merito, per non influenzare l'interlocutore nella scelta e per obbligarlo a cliccare su una delle possibili risposte. Infatti l'utente potrebbe spingere il pulsante di invio modulo senza aver effettivamente operato una scelta e se c'è un'opzione già settata di default potremmo interpretare in modo non corretto le sue intenzioni.

Correggere un dato già immesso in un modulo, non comporta un particolare problema, basta modificare la parola errata o cliccare per selezionare o deselezionare il campo in questione. Ovviamente se stiamo compilando un modulo molto lungo, con numerosi campi e vogliamo annullare tutte le scelte fatte, magari per compilarlo con nuovi dati, modificarlo può essere un'impresa piuttosto faticosa. Con l'attributo **RESET** viene visualizzato un pulsante, cliccando sul quale possiamo annullare tutte le scelte già operate all'interno di un modulo ripristinando tutti i valori di default. Con VALUE possiamo determinare la

Figura 7: Un altro utilizzo di un modulo, in questo caso per un chat!

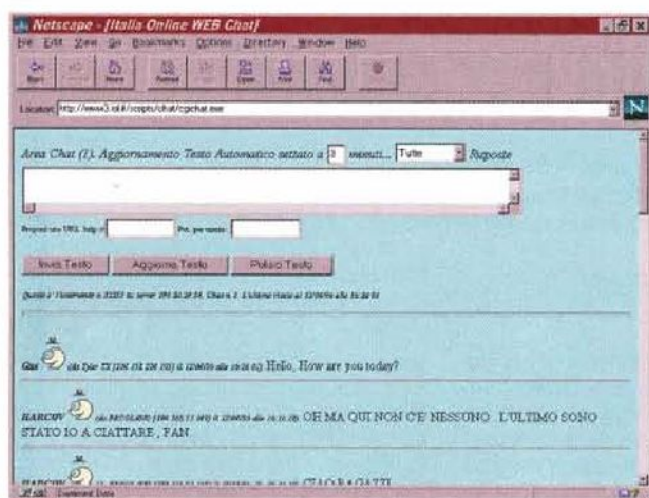
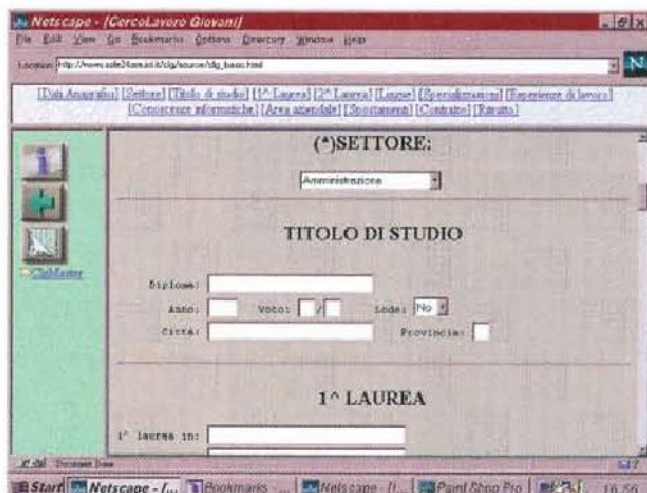



Figura 8: Compilando questo modulo si inviano le proprie generalità in una banca dati per una possibile offerta di lavoro.

scritta che appare sul pulsante di reset. La sintassi è:
<INPUT TYPE="RESET" VALUE="Cancella i dati immessi">

Inviamo il modulo

Un altro attributo che definisce un pulsante è **SUBMIT**. Cliccando sul pulsante che viene visualizzato sullo schermo, inviamo i dati immessi al CGI ed esattamente, come già visto, al programma identificato da ACTION. Anche a SUBMIT possiamo collegare un NAME. In questo caso anche il NAME viene inviato insieme agli altri elementi del modulo. Questo ci dà possibilità di inserire più pulsanti SUBMIT, ovviamente con NAME diversi, a seconda di quello cliccato dall'utente si avrà un differente accoppiamento tra modulo e NAME. Anche in questo caso l'aggiunta dell'attributo VALUE permette l'inserimento di una frase o parola sul pulsante. La sintassi è:
<INPUT TYPE="SUBMIT" NAME="nome" VALUE="Invia i dati">

Uno dei casi più frequenti che si incontrano nella compilazione di un modulo, è quando dobbiamo inserire una risposta testuale. In questo caso utilizziamo l'attributo **TEXT**. Con VALUE possiamo inserire una risposta predeterminata all'interno del box da compilare. Tale risposta è ovviamente modificabile dall'utente. Di default il testo da inserire può avere lunghezza infinita. Per limitare il numero di caratteri da inserire utilizziamo l'attributo **MAXLENGHT=**"x", dove x è il numero di caratteri desiderato. Possiamo anche definire la lunghezza che la finestra in cui inserire il testo deve avere all'interno del modulo con **SIZE=**"x". Anche in questo caso x rappresenta un numero. MAXLENGHT può anche avere un valore superiore a SIZE. Se il testo inserito risulta più lungo di SIZE questo semplicemente scrolla verso sinistra, sino al raggiungimento del valore di MAXLENGHT.

Ecco la sintassi da seguire:
<INPUT TYPE="TEXT" VALUE="valore" MAXLENGHT="30" SIZE="10">

Altri elementi del modulo

Non solo TYPE permette l'inserimento di dati. Esaminiamo ora SELECT e TEXTAREA.

Con **SELECT** abbiamo la possibilità di definire un menu a scorrimento verticale che visualizza le risposte possibili al quesito proposto. L'utente può selezionare una sola delle risposte proposte. Anche in questo caso si ha un accoppiamento tra NAME e il VALUE dell'opzione scelta. Le risposte tra cui scegliere vengono impostate attraverso il tag **OPTION** (vedere listato ed esempio 3). Se viene omesso l'attributo VALUE, viene inviato al CGI, accoppiato al NAME, il testo dell'opzione stessa. Altri attributi di SELECT sono: **MULTIPLE** che permette di scegliere più di una tra le risposte proposte e **SIZE=**"x" dove x è il numero di opzioni visibili contemporaneamente sul video. Le altre saranno visualizzate cliccando sulle frecce di scorrimento che si trovano al lato della finestra con le opzioni. SELECT necessita del tag di chiusura **</SELECT>**.

Simile a TEXT è **TEXTAREA**. In questo caso la finestra in cui scrivere i dati non è composta da una sola riga, ma da più righe. Utilizziamo TEXT se la risposta da inserire è verosimilmente breve (nome, indirizzo, cittadinanza, età, ecc.), TEXTAREA quando devono essere inseriti testi di lunghezza maggiore come ad esempio la richiesta di consigli, giudizi su prodotti e così via. Anche con TEXTAREA può essere utilizzato VALUE per predefinire l'inserimento di un testo. Oltre al solito NAME attributi di TEXTAREA sono **COLS** e **ROWS** che definiscono rispettivamente la larghezza in colonne e la lunghezza in righe dell'area di testo che è visualizzata sullo schermo. TEXTAREA necessita del tag di chiusura **</TEXTAREA>**. Esempio di sintassi:
<TEXTAREA NAME="nome" ROWS="8" COLS="10"></TEXTAREA>.

Adesso sta a voi, ricordatevi che chiarezza e semplicità sono elementi indispensabili per la composizione di un buon modulo. E poi... navigate per la rete, imbattetevi in un modulo e date un'occhiata al source, è un sistema infallibile per imparare cose nuove o per applicare al meglio le nozioni che già si conoscono. MC

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

Tutto il sito minuto per minuto

Esperti o neofiti che siate, vi sarete accorti, una volta passato il primo periodo di euforica navigazione, che non tutti i siti suscitano lo stesso entusiasmo. Riuscire a vedere dove gli altri sbagliano può aiutarci a non commettere gli stessi errori

di Giuliano Boschi

Nel numero scorso abbiamo esaminato i più comuni errori in cui si può incorrere durante la progettazione e la realizzazione di un sito Internet. Ma più della teoria può la pratica. Ecco quindi che insieme andremo a visitare un sito italiano evidenziandone pregi e difetti. Prima di iniziare è doverosa una precisazione riguardante i motivi della scelta del sito da esaminare, quello dell'Istituto Ortopedico Gaetano Pini, Clinica Ortopedica dell'Università di Milano (**http://www.g-pini.unimi.it/**). Il sito è composto da numerose pagine ricche di contenuti, sia dal punto di vista sociale che prettamente scientifico. È uno degli indirizzi più visitati nel campo medico specialistico italiano, con notizie utili sia per gli addetti ai lavori sia per il comune cittadino che deve usufruire dei servizi dell'Istituto o che vuole prendere atto delle problematiche ortopediche e non solo. Prova ne sono il numero degli accessi e dei riconoscimenti di cui, a ragion veduta, si fregia. Non avrebbe avuto senso esaminare un sito di poca importanza, o di pessima qualità. Inoltre, in alcune pagine del sito, vengono simpaticamente segnalati tutti coloro che hanno copiato parte delle pagine dell'Istituto. Vista l'ironia di chi gestisce le pagine, credo che faranno tesoro di queste critiche magari migliorando il sito là dove mostra delle carenze, tenendo presente che si tratta sempre di giudizi personali, di gusto o di stile, che altri potrebbero non condividere, e che il sito perfetto non esiste e non esisterà mai.

Chi ben incomincia...

Come già spiegato nel precedente articolo, è buona norma che la prima pagina del sito sia una copertina che deve avere il doppio scopo di catturare il visitatore ed illustrare, in maniera semplice ed immediata, i contenuti delle pagine che seguiranno. In questo senso la copertina c'è (figura1) ma vedendola mi sorge subito un dubbio: stiamo per visitare il sito dell'Istituto Gaetano Pini o della Silicon Graphics? L'oggetto che per primo colpisce l'attenzione di chi osserva è infatti il logo della casa americana, mentre il logo del Pini è piccolo e poco chiaro. Ricordatevi sempre di evidenziare il nome o l'immagine di ciò che stiamo per visitare e di ridurre a piccole icone tutti gli accessori, come ad esempio, le piattaforme utilizzate. Anzi, se possibile, andrebbero eliminate dalla copertina, ed inserite, ad esempio, nell'indice. Ottima l'idea di mettere già in copertina il link alle pagine dedicate ai siti nelle varie lingue. In questo caso, sarebbe stato più opportuno l'utilizzo di icone (con la classica bandierina o l'immagine della nazione in questione), per poter così evidenziare, come unica scritta della pagina, quella dell'Istituto Ortopedico Gaetano Pini. La copertina è il vestito con cui ci mostriamo agli altri, può essere sportivo od elegante a seconda della situazione, ma deve sempre essere adeguato.

Decisamente più equilibrata è la copertina del sito italiano (figura 2). L'immagine d'epoca del Pini trasmette subito un messaggio di esperienza e antica professionalità ed è in evidenza rispetto a tutti gli altri elementi della pagina. Nel testo viene consigliato l'utilizzo della risoluzione 800x600 (decisamente più adatta a chi naviga in Internet ma, a dire il vero, meno utilizzata, dall'utente comune, rispetto alla risoluzione 640x480). È consigliabile inserire un messaggio di questo tipo quando una risoluzione risulta decisamente penalizza-

Figura 1 - La copertina è un elemento essenziale di ogni sito, certo, il logo deve essere di qualità migliore.

Figura 2 - Qui le cose vanno meglio. L'immagine evoca professionalità ed esperienza.

ta rispetto ad un'altra. Il consiglio è comunque quello di progettare siti che possano essere ben visualizzati qualunque sia il settaggio della scheda grafica. Difficilmente l'utente modificherà il settaggio del proprio computer per poter visionare uno specifico sito. Il problema della risoluzione sta diventando rilevante ora che, con Netscape 2.0, si va diffondendo l'utilizzo dei frame. Credo che proprio i frame saranno il viatico perché tutti gli utenti comincino ad utilizzare la risoluzione 800x600.

Per continuare la visita al sito, bisogna cliccare sull'immagine del Pini. Questa è un'ottima idea. Infatti stiamo per entrare all'interno dell'Istituto, in una sorta di viaggio virtuale sino a Milano.

Figura 3 - Che ci crediate o no questo non è il sito della It Interplay

L'indice, chi è costui?

E siamo così all'indice. Qui sono molte le cose da dire. Per prima cosa la pagina appare disordinata e poco chiara. Si mischiano pulsanti di tutte le dimensioni e di tutti gli stili, e non è facile capire, se non dopo attenta e faticosa lettura, la struttura del sito. L'utilizzo di pulsanti più piccoli o di link preceduti da pallini, avrebbe reso la pagina più breve e quindi più leggibile. L'indice si apre (figura 3) con una grossa immagine della It Interplay (credo che si tratti della società che ha realizzato il sito). Siamo alle solite, è il sito della It Interplay o dell'Istituto Pini? Queste informazioni, tra l'altro non è molto elegante renderle particolarmente evidenti, devono essere inserite in fondo alla pagina, e mai all'inizio. Di contro non è ben evidenziato il nome dell'Istituto Pini. A seguire il pulsante per gli appelli medici urgenti. Un servizio sociale di grande utilità che invito tutti a visitare o comunque a tenere presente se avete necessità di informazioni su qualsiasi argomento medico, anche se riguardante una malattia estremamente rara.

Figura 4 - Queste immagini sono state pescate a caso su Internet, ma non nello stesso mare!!

Dopo l'elenco dei riconoscimenti avuti (ho già evidenziato la validità dei contenuti del sito), segue una serie di pulsanti giganti!! Un esempio è quello riportato in figura 4. I sei pulsanti sono disomogenei tra di loro, come se fossero stati pescati a caso nella rete. I primi quattro hanno le linee morbide, gli ultimi due sono a quadrettoni. Inoltre solo due sono su fondo colorato, gli altri sono trasparentizzati sul pulsante. È comunque evidente la differenza di stile grafico. Inoltre, quando si utilizzano per la navigazione dei pulsanti, è buona norma inserire nel tag relativo BORDER=0, per evitare il bordo colorato dei link clic-

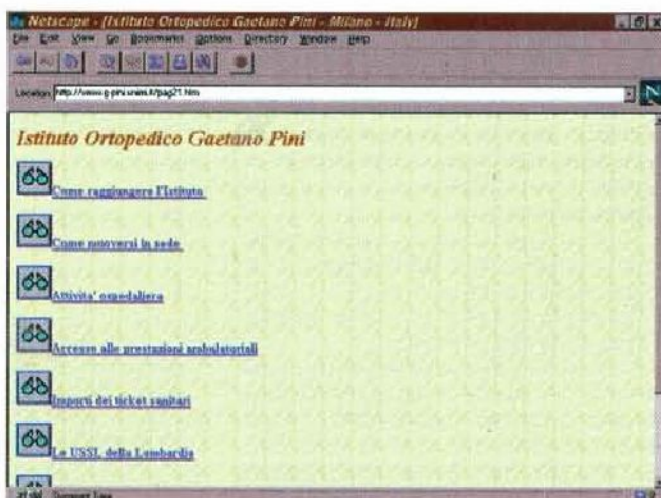
Figura 5 - Ci sono più paia di occhiali in questa pagina che in un negozio di ottico.

cabili, tanto è già chiara, per sua natura, la funzione di link del bottone. Nel prosieguo della pagina, sono presenti altri bottoni, con dimensioni e stili grafici ancora diversi da quelli appena visti. Una grafica omogenea, uno stile pulito e razionale conferiscono al nostro sito personalità e ragione d'essere. Se il lettore trova difficoltà a navigare all'interno del sito, andrà persa anche gran parte dei contenuti che vi abbiamo inserito.

Figura 6 - I pulsanti di navigazione devono essere uguali in ogni pagina del sito!!!

Figura 7 - Una pagina gradevole, ma notevolmente diversa da tutte le altre presenti nel sito.

Uniformità e stile

Clicchiamo ora sul pulsante **Ospedale**. Dopo un primo sottomenu arriviamo ad una pagina dove sono evidenziati i link relativi alle informazioni sull'ospedale (figura 5). Se in una pagina abbiamo dei link che conducano ad una serie di pagine tutte incentrate sullo stesso argomento, non possiamo utilizzare una sequela di icone tutte uguali per evidenziarli. Molto meglio inserire una piccola gif tipo pallino, stellina, quadrato, comunque qualcosa di decorativo che non rappresenti nessun oggetto in particolare.

I primi due link inviano alle pagine "Come raggiungere l'Istituto" e "Come muoversi in sede". Visitiamo entrambe le pagine (figura 6). Cosa notate? I pulsanti per tornare alla pagina precedente sono diversi!!!

Per quanto riguarda i contenuti notate la completezza delle informazioni fornite. Si va da come raggiungere l'Istituto a dettagliate informazioni su tutta la struttura ospedaliera, i reparti, le operazioni più frequentemente compiute, gli importi dei ticket, l'elenco delle USSL della Lombardia e persino un corso di ginnastica rieducativa. Una serie di gadget che non potrà che essere gradita all'utente, sempre a caccia di servizi veri. A ciò si aggiungono informazioni di carattere scientifico, specifiche per gli operatori del settore.

Torniamo all'indice principale e clicchiamo sul pulsante **Biblioteca**. La pagina di apertura è gradevole e ben curata (figura 7), ma notevolmente diversa, in stile, dalle altre del sito.

Sino ad ora avevamo incontrato dei pulsanti, ora invece le icone che rappresentano le opzioni sono a fondo trasparente, più sotto (non si vede nella figura), i vari link sono evidenziati da pallini (mentre nelle altre pagine avevamo quelle fastidiose icone tutte uguali), l'ultima icona, quella per tornare al menu, è di nuovo un pulsante.

Sicuramente non riuscirete a leggere la scritta presente sotto l'immagine (bella ed efficace) che rappresenta la biblioteca, ciò non è dovuto alla dimensione ridotta della riproduzione della pagina. Il testo è scritto con il tag <H6>. Tale tag, oltre ad identificare un carattere di dimensioni ridotte, inserisce automaticamente il bold (neretto), ed essendo piccolo, il testo risulta praticamente illeggibile. In questo caso è meglio utilizzare <FONT SIZE= + o – qualcosa>, ed evitare il bold. Questo errore è particolarmente grave perché si evidenzia in molte pagine del sito e soprattutto perché viene consigliata per ottimizzare la visione la risoluzione 800x600 che necessita invece di caratteri più evidenti.

Il teleporto

Visitiamo ora il **Teleporto**. Nella pagina, dopo una piccola immagine di uno Shuttle che ci collega alle pagine a seguire, vi sono tre pulsantoni che conducono al sito dell'Istituto Pini in lingua inglese, francese ed italiano. Questi pulsanti hanno un'area di circa quattro volte quella dell'immagine dello shuttle. Visto che ci troviamo nella pagina del teleporto non era certo il caso di utilizzare dei pulsanti così grandi per rimandare alle pagine delle lingue. Anche in questo caso si tratta di elementi accessori, che devono essere minimizzati rispetto ai contenuti della pagina. Ciò è vero anche se alle stesse pagine del teleporto si arriva da tutte le lingue, i rimandi devono sempre essere marginali. Quando un sito è ben costruito, gli utenti, anche i meno esperti, sanno sempre dove andare a cliccare per raggiungere le informazioni che cercano.

Ma entriamo nel teleporto. La prima cosa che colpisce è la ricchezza dei link presentati in questo capitolo. Ben raggruppati per argomenti, arricchiscono enormemente il sito. Sicuramente molti utenti inseriranno queste pagine nel loro bookmark. Utilizzate sempre questa tecnica per attirare visitatori. Chi visita il teleporto, e state sicuri che lo farà spesso, sicuramente butterà un'occhiata a tutto il sito e il nostro obiettivo è proprio quello di far sì che il maggior numero di utenti venga a conoscenza dei contenuti che vogliamo divulgare.

Dal punto di vista dell'HTML avrei optato per un migliore allineamento. Allineare al centro dei link preceduti da una gif piuttosto grande, come in que-

L'attività dell'Istituto

L'Istituto Gaetano Pini (Piazza Cardinal Ferrari - Milano) è composto da 16 reparti di degenza: ortopedica, traumatologica, reumatologica, vascolare, riabilitativa, e da 5 reparti di servizi: laboratorio analisi, centro trasfusionale, radiologia, neurologia, cardiologia. Inoltre l'Istituto ospita tre Cattedre Universitarie, due di ortopedia ed una di reumatologia, che oltre all'impegno ospedaliero eseguono ricerche in ambito clinico-chirurgico, in bio-ingegneria, ed ovviamente svolgono attività didattica.

Figura 8 - Ecco degli Shuttle in volo disordinato.

Figura 9 - Un giornale leggero e divertente, un ottimo modo per attirare visitatori.

sto caso, rende la pagina disordinata e poco elegante (figura 8). In queste situazioni risulta più gradevole l'utilizzo di una tabella, con border=0 e quindi non visibile, a due colonne. Nella prima colonna si inserisce l'immagine dello Shuttle, nella seconda la frase cliccabile. La tabella deve essere centrata nella pagina. Come già visto precedentemente sarebbe comunque stato meglio utilizzare una serie di pallini al posto delle immagini degli shuttle.

Torniamo all'indice e visitiamo le **Web-notizie** (figura 9). In questa pagina vengono date notizie di carattere generale, leggere e divertenti. L'impaginazione ricalca giustamente quella di un giornale.

Anche queste pagine sono un ottimo sistema per catturare pubblico. Oltre a notizie tecniche sul sito, vi sono una nutrita rassegna stampa (vi sarà inserito anche questo articolo? Visto lo spirito con cui è costruito il sito credo proprio di sì), un elenco di pirati ed amici che hanno copiato il sito (divertente e simpatico), e una favola scritta dall'ideatore e supervisore del progetto. Infine le statistiche di accesso al sito. Da notare la correttezza con cui queste vengono fornite. Nel momento di scrivere questo articolo vengono segnalati 7063 diversi computer che si sono collegati. Sui giornali ho visto segnalazioni di centinaia di migliaia di contatti, per arrivare addirittura a milioni!!!! Non ci credete. In quel caso vengono contati gli hit. Ogni immagine, ogni piccola parte di testo conta come uno. Partendo da questi presupposti, il Pini potrebbe probabilmente dichiarare accessi per milioni. Altri considerano come numero totale di accessi il numero delle singole pagine lette. Se ogni utente visita 10 pagine, il risultato reale del numero delle persone che si sono collegate è da considerare di ben 10 volte inferiore. Il sistema più corretto è proprio quello utilizzato in questo sito. Niente enfasi, niente falsi trionfalismi. Ma la verità.

E vi assicuro che il numero di computer che si è collegato al Pini, che rimane un sito specialistico, è decisamente elevato.

Intratteniamo l'ospite

Una pagina di intrattenimento si può raggiungere anche dall'indice cliccando sul pulsante **Relax**.

Qui sono presenti altri racconti tra cui un interessantissimo brano di Sir Arthur Conan Doyle, il creatore di Sherlock Holmes, di ambientazione medica (Doyle era un dottore). Il testo del racconto è stato centrato tramite l'utilizzo del tag <CENTER>. Questo rende la lettura difficoltosa. Quando ci troviamo di fronte ad un testo di una certa lunghezza è poco opportuno l'utilizzo di questo tag.

Molto interessante una galleria di affascinanti immagini storiche in bianco e nero dell'istituto Pini, dai danni subiti dai bombardamenti durante l'ultima guerra a immagini della ricostruzione. Per accedere alle singole foto è stata creata una mappa dinamica, cliccando sulle piccole immagini viene visualizzata la foto desiderata.

Questo ottimo sistema permette all'utente di scegliere solo le foto che lo interessano. Sotto ogni piccola foto nella mappa è indicato il nome del file gif relativo come ad esempio inferm.gif o mecterap.gif. Queste sono informazioni che non interessano l'utente, anzi, possono generare difficoltà di interpretazione. Meglio sarebbe stato inserire una piccola didascalia con indicati i contenuti della fotografia in questione. Facendo riferimento all'esempio precedente l'infermeria e le macchine per la fisioterapia.

Un altro pulsante presente nella pagina dell'indice, è quello relativo alla possibilità di prenotazione **On line**. Il form risulta completo e di facile compilazione. Stona solo il fatto che non vi è un fondo come tutto il resto del sito, bensì il grigio di default. Di contro, cliccando sul pulsante **Questionario** si accede invece ad un form che ha un fondo di color bianco.

Sempre nell'indice è presente tutta una serie di pulsanti che conducano a pagine di utilità generale (in forma, i convegni, casi clinici, ecc..). Questa serie di pagine ha sempre un fondo diverso, alcune quello dell'indice, altre un colore uniforme, altre una carta da parati nuova. Per mantenere una personalità del sito si doveva o mantenere il fondo dell'indice, o un fondo diverso (ma coerente tra di loro), per ogni pagina raggiunta.

Conclusioni

Abbiamo esaminato solo alcune delle pagine presenti nel sito dell'Istituto Pini, ma visitate qualsiasi pagina presente su Internet e vi accorgerete che questi errori sono, purtroppo, all'ordine del giorno. Eppure così come li ho evidenziati, sembrano errori banali e ovvi. Il fatto di trovarli così spesso presenti sulla rete ci dimostra che ciò non è vero.

Quindi una raccomandazione, non pensate solo ai contenuti delle vostre pagine, siate dei feroci censori di voi stessi e soprattutto cercate di dare al vostro sito una personalità vera, coerente e, se possibile, originale. MC

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

a cura di Corrado Giustozzi

CGI: Common Gateway Interface

Poter interagire da Web con programmi residenti su di un server, ci permette un sofisticato controllo sui dati immessi dall'utente e quelli che a questo vengono rilasciati. Si possono progettare giochi interattivi, ricerche su vasta scala, o semplicemente questionari o un sondaggio in tempo reale. Tutto questo è possibile grazie al CGI

di Giuliano Boschi

Sino a qualche anno fa ogni computer era una unità a sé stante, lavorava in modo autonomo e non vi era la necessità che comunicasse con altri computer. Non era quindi sorta l'esigenza di un protocollo che permettesse a due unità di colloquiare tra di loro e di trasmettersi dati. Con l'avvento delle reti interne prima e di Internet poi, più che un'esigenza, si è venuta a creare l'indispensabile necessità di elaborare protocolli che, più o meno universali, permettessero una piattaforma comune per l'elaborazione di programmi e interfacce. Ancora tale processo non è totalmente maturato, ma già esistono strumenti che consentono a piattaforme diverse di interpretare correttamente lo stesso pacchetto di dati. Uno di questi è l'HTML. Una stessa pagina HTML è letta ed elaborata praticamente in egual modo, sia da un PC sia da un Mac.

CGI chi è costui?

Nel numero scorso abbiamo visto come l'HTML ci consente di compilare dei moduli che permettono all'utente di prenotare alberghi o di consultare banche dati. Perché questi dati vengano elaborati, devono essere trasmessi ad un programma che svolga tale funzione. A tale scopo è stata progettata un'interfaccia standard che consente la comunicazione tra i dati inviati dall'uscita (*gateway*) attraverso il *browser* (ad esempio Netscape o Internet Explorer) e il server su cui risiede il programma. Tale interfaccia è la **Common Gateway Interface**, meglio conosciuta come **CGI**. Con il CGI sono stati standardizzati i sistemi di decodifica dei dati proveniente dal browser. Questo ha permesso, e permetterà, di produrre programmi simili su piattaforme diverse, riducendo così i costi e i tempi di progettazione del software applicativo, almeno quello relativo alla trasmissione ed elaborazione dei dati. Inoltre i programmi così compilati risultano duttili e non più dedicati ad applicazioni specifiche.

Questa rubrica si occupa di HTML, in questo articolo quindi non presento un «corso» sul CGI. Voglio invece accennare, come già iniziato nello scorso numero, agli elementi che devono essere inseriti nelle pagine HTML per far sì che sia attivata una procedura CGI sperando che servano da stimolo a chi voglia approfondire l'argomento, magari pescando nella rete tutto ciò di cui necessita per meglio conoscere questa affascinante branca della programmazione.

Una URL specifica e il gioco è fatto

Per far eseguire un programma è per prima cosa necessario inserire nel nostro documento HTML, una URL (ossia il tag <A HREF="......">......</A) che punti al programma stesso. La URL deve essere di un tipo speciale ossia:

http://indirizzo_del_server/cgi-bin/nome_del_programma

Con l'indicazione della directory cgi-bin, viene comunicato al server di eseguire il programma specificato dalla URL, infatti eseguirà, come programmi (se ad esempio si tratta di un server con Windows NT) i file EXE che si trovano nella directory cgi-bin. Se invece specifichiamo nella URL un file exe che si trova in un'altra directory, partirà solo la procedura di download del file in questione. I server permettono, in fase di configurazione, di indicare un altro nome per la directory contenente gli eseguibili al posto di quello più usuale di cgi-bin.

Dopo il nome del programma si possono inserire dei parametri aggiuntivi che, interpretati dal programma, ne permettono un corretto funzionamento. In questo caso la U.R.L. sarà del tipo:

http://indirizzo_del_server/cgi-bin/nome_del_programma?dati_da_comunicare

L'elemento **ISINDEX** specifica al *browser* che il link in questione è un documento index e che può quindi essere utilizzato come chiave di ricerca. Generalmente ISINDEX viene generato dal server al momento della richiesta (ad esempio quando si clicca sull'invio di un modulo che è stato compilato). In alternativa può essere inserito come URL all'interno di un documento HTML. La URL deve indicare il programma che elaborerà il dato inviato per la ricerca seguito da un punto interrogativo e dalla parola chiave per la ricerca stessa. Se le parole chiave sono più di una, si inserisce un segno di addizione seguito dalla parola in questione. Quindi:

http://indirizzo_del_server/cgi-bin/nome_del_programma?pippo+paperino

Il flusso logico dei dati

È interessante ora capire qual è il flusso logico dei dati da quando vengono immessi o digitati, sino alla loro elaborazione.

Come già analizzato, per prima cosa dobbiamo inserire, nel nostro documento HTML, una URL del tipo visto precedentemente. Cliccando su di essa il *browser* si indirizza verso il programma indicato dalla URL. Il server, ricevendo l'indicazione della directory cgi-bin, capi-

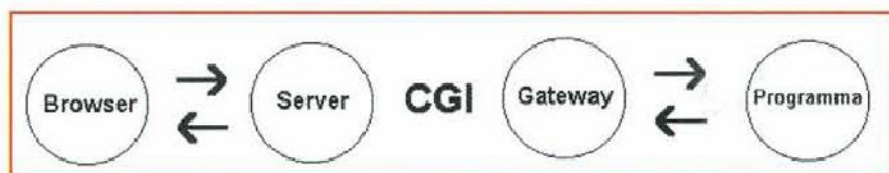



Figura 1: Questo flow chart vi mostra il tracciato che viene percorso dai dati immessi dall'utente. Notate la posizione preminente dell'interfaccia CGI.

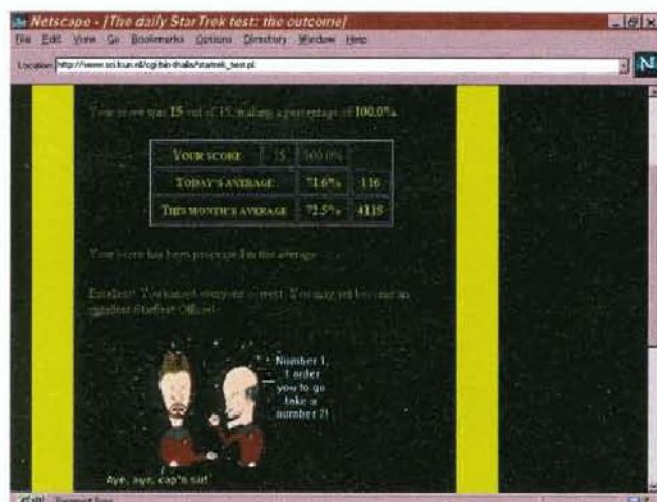
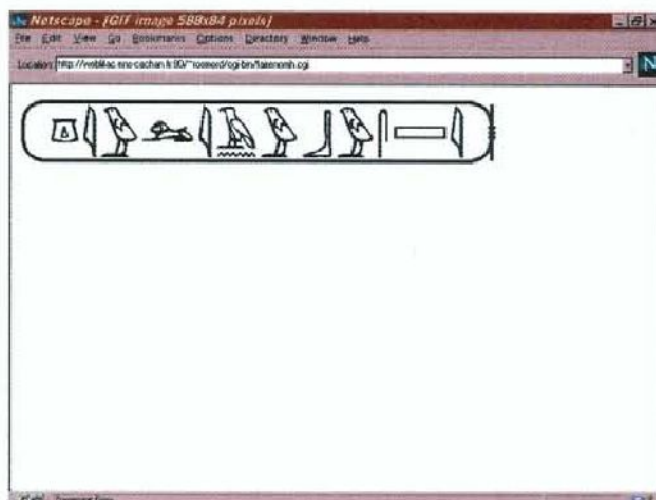



Figura 2: Ecco la vostra pagella. Io sono stato proprio bravo, ho risposto esattamente a tutte le domande (ma lo confesso, ho usato un trucco!!!).

Figura 3: Quello che vedete è il cartiglio egizio che rappresenta il mio nome. Da ora in poi questa sarà la mia firma, almeno sono sicuro che nessuno riuscirà a falsificarla.

sce che bisogna eseguire un programma. Tramite l'interfaccia CGI i dati raggiungono l'uscita (gateway) e vengono quindi elaborati dal programma come richiesto. I dati elaborati percorrono quindi la via inversa sino a raggiungere di nuovo l'utente, sotto forma di pagina HTML. Tale pagina può essere un messaggio standard, come ad esempio i ringraziamenti per aver risposto ad un questionario, o essere elaborata dinamicamente dal programma indicando ad esempio i risultati di una ricerca. Una rappresentazione grafica di tale percorso è visibile in figura 1.

Appare quindi evidente che il CGI deve obbligatoriamente risiedere su di un server. Se avete intenzione di utilizzare dei CGI nella costruzione delle vostre pagine, dovete quindi rivolgervi al vostro provider.

La fantasia al potere

L'utilizzazione pratica dei CGI nel Web è limitata quasi esclusivamente dalla fantasia e dalla bravura di chi programma il CGI stesso. In questa seconda parte dell'articolo voglio proporvi numerosi esempi di siti Web che implementano CGI, per dimostrarne la duttilità e le svariate forme di utilizzo che se ne possono fare. Dopo di che sforzate le meningi e mettetevi al lavoro. Quasi sempre in Internet l'originalità, se accoppiata ad un utilizzo intelligente del mezzo, viene premiata con un alto indice d'ascolto.

Lo slogan di una vecchia e mai dimenticata trasmissione televisiva era «la vita è tutta un quiz», e allora perché non continuare questa tradizione anche in Internet? All'indirizzo **http://www.sci.kun.nl/thalia/funpage/startrek/** è possibile rispondere ad un quiz sulla serie televisiva Star Trek: The next generation. Sul video vengono visualizzate 15 immagini tratte da altrettanti episodi con accanto quattro possibili titoli dell'episodio presentato (ovviamente in lingua originale). Il nostro compito è quello di cliccare sul cerchietto relativo al titolo che riteniamo giusto. Dopo aver risposto a tutte le domande inviamo il modulo. Attraverso il CGI, le nostre risposte vengono elaborate, sapremo quante sono quelle giuste, in che posizione della classifica generale ci siamo piazzati e quali sono le risposte che invece abbiamo sbagliato, con relativa giusta soluzione (figura 2). Ogni giorno ci sono domande diverse. Anche questo aggiornamento quotidiano avviene in modo automatico. Un programma genera la pagina e, per mezzo di un CGI, viene messa in linea, pronta per essere letta ed apprezzata.

Chi vincerà il prossimo scudetto? La Ferrari potrebbe vincere il campionato mondiale di Formula Uno? Nella vita comune (che vi piaccia o no?) siamo ormai sommersi da sondaggi di ogni tipo, dalla politica a quante volte al giorno sogniamo di trovarci su di una spiaggia alle Maldive piuttosto che al nostro posto di lavoro. Nel sito Rai della TGS **(http://www.vol.it/RAITGS/)** possiamo partecipare a sondaggi sportivi, preconfezionati e pronti ad essere elaborati per noi. Dopo aver risposto al sondaggio che ci interessa ed inviato il solito modulo, grazie ad un CGI possiamo leggere una pagina aggiornata in tempo reale con le percentuali di risposta per ognuna delle opzioni possibili. Nell'ultimo sondaggio per chi vince lo scudetto di calcio il Cagliari era insolitamente alto in classifica. Forse perché il sito si trova su Video Online?

Quando dicevo che solo la fantasia limita l'utilizzo dei CGI non scherzavo affatto. Se non ci credete buttate un'occhiata all'indirizzo **http://weblifac.ens-cachan.fr/Portraits/S.ROSMORDUC/nomhiero.html**, digitate nell'apposito spazio il vostro nome e inviate il modulo. In men che non si dica vedrete comparire sul vostro monitor un cartiglio egizio su cui è rappresentata la simbologia del vostro nome (figura 3). Provare per credere.

Volete ancora qualcosa di curioso legato al vostro nome? Eccovi accontentati. Nel sito di un certo Corrado Giustozzi (lo conoscete?) potete inserire nome e cognome, cliccate sul solito invio e il CGI vi mostrerà una sequela di anagrammi possibili con i dati che avete inserito. Se già non lo conoscete l'indirizzo è: **http://www.mclink.it/personal/MC0006/anagrams/anagrams.htm.**

Un'altra applicazione curiosa del CGI la potete trovare visitando il sito **http://asylum.cid.com/lb/lb.cgi?start+0.** Vi ricordate quel gioco che facevate da bambini (io lo faccio ancora con mio figlio) dove su di un tavola forata dovevate inserire tanti spilloni (pod) di plastica colorati sino a formare un fantasioso disegno? Ebbene, in rete trovate pure questo. Scegliete il colore dei pod, la posizione in cui inserirli ed ecco che avrete il vostro bel disegnino che potete catturare e magari utilizzare come icona nel vostro sito (figura 4).

Il merito del CGI è quello di dare all'utente uno strumento e una capacità di agire sul Web che gli permettono una interattività senza precedenti. Una dimostrazione pratica è data dai numerosi siti di chat che sono sorti un po' in tutte le parti del mondo. Si leggono a video i messaggi che gli altri partecipanti alla

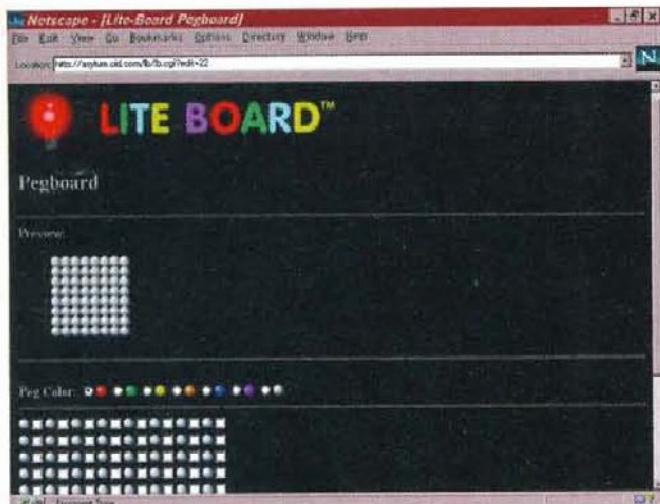



Figura 5: Ecco le pagine del Televideo RAI sul vostro monitor, proprio come sul vostro televisore senza bisogno di nessuna antenna.

Figura 4: Un gioco per bimbi sul Web diventa un sistema simpatico per disegnare icone ed altro.

chat hanno appena inviato, si digita nell'apposito spazio ciò che desideriamo comunicare, si invia il modulo e si attendono le risposte dei nostri interlocutori. Una chat italiana così concepita la potete trovare all'indirizzo **http://www.iol.it.**

Ma il Web vuol dire anche servizi

Il mondo di Internet non è fortunatamente solo gioco. Molti sono i servizi di cui si può usufruire nel Web. Gran parte di questi sono possibili proprio grazie all'utilizzo dei CGI. Le pagine gialle elettroniche, all'indirizzo **http://www.saritel.interbusiness.it/cgi-bin/pge/ANONYMOUS/00023979313//02** sono uno di questi. Il modulo che ci permette la ricerca è decisamente completo. Possiamo ad esempio cercare tutti i carrozzieri che si trovano in una città o, ancor meglio, tutti quelli che hanno un preciso codice di avviamento postale, identificando quindi proprio quelli che si trovano nella nostra zona.

Quante volte avete utilizzato uno dei numerosi motori di ricerca presenti nel Web per cercare una pagina di un argomento di vostro interesse? Anche in questo caso dovete ringraziare i CGI. Il più noto è sicuramente Yahoo **(http://www.yahoo.com/).** Dopo aver inserito una o più parole, che saranno la nostra chiave di ricerca, inviamo il modulo. La risposta è una pagina HTML con tutti i link alle pagine che soddisfano la condizione indicata nella chiave di ricerca. Da notare la duttilità del sistema che ci permette di settare alcune opzioni, come il numero di link che devono essere presenti in ogni pagina o il numero massimo di indicazioni che desideriamo ricevere.

Passato inizialmente sotto silenzio, il Televideo RAI è ormai entrato in quasi tutte le case italiane. La possibilità di avere notizie aggiornate istante per istante direttamente a casa nostra ci permette la tempestiva conoscenza di quanto accade nel mondo, oltre a tutta una serie di importanti servizi come gli orari dei treni o le previsioni del tempo. Quello che forse non sapete è che Televideo è presente anche su Internet, anzi, sono molte le società che hanno messo in rete i servizi del Televideo. In particolare però vi consiglio di visitare il sito all'indirizzo **http://www.telematica.it/televideo/index.html.** In questo caso, dopo aver inviato un modulo con la richiesta di una specifica pagina, questa viene «grabbata» dall'etere nel preciso istante in cui viene richiesta e visualizzata a colori esattamente come la vedreste sul televisore di casa vostra (figura 5). E non è finita. Se nella pagina è presente un menu, potete cliccare con il mouse sul numero della pagina e questa vi sarà automaticamente visualizzata. Miracolo del CGI.

In Netscape, dalla versione 1.1 è implementata una particolare funzione che permette di realizzare dei CGI ad aggiornamento automatico. In pratica potete far visualizzare una serie di immagini (o di testi), una dopo l'altra, senza che vi sia una specifica richiesta da parte dell'utente. Con questo sistema, chiamato **Server Push**, il flusso dei dati non parte dal *browser* per raggiungere il programma di elaborazione e quindi tornare al punto di partenza, ma solo dal programma al *browser*, passando per il server. È ovvio che tale sistema permette un più rapido invio dei dati, dovendo questi seguire un percorso più breve. Di contro diminuisce l'interattività e la possibilità di scelta dell'utente. Tale sistema è comunque ottimo nel caso di foto a sequenza, magari con una telecamera fissa o mobile che invia un nuovo fotogramma ogni tot secondi, o quando abbiamo la necessità di mostrare foto come se ci trovassimo in una galleria d'arte. Un buon esempio di tale utilizzo lo potete trovare nel sito della Fiat aperto per il lancio della Bravo e della Brava all'indirizzo **http://www.fiat.com/bravo_a/bravo/default.htm** e **http://www.fiat.com/bravo_a/brava/default.htm.**

Se avete progettato delle pagine HTML vi sarete probabilmente trovati di fronte alla difficoltà di decidere di che colore fare il fondo, il testo, i link e così via. All'indirizzo **http://www.imagitek.com/bcs.html** potete effettuare dinamicamente tutte le prove che volete, sino ad ottenere l'effetto che desiderate, o meglio sino ad evitare un effetto indesiderato. Anche questo grazie al CGI.

Gli eredi del CGI

Ormai il CGI non è più l'unico metodo per interagire nel Web. Altri sistemi come Java, Shockwave ed altri si stanno affiancando al CGI rendendo sempre più interattivi e dinamici i nostri documenti HTML. Per utilizzare tali sistemi è comunque necessario implementare sul proprio browser degli applet che ne rendano possibile una corretta interpretazione. Ciò permette di realizzare oggetti di una certa rilevanza direttamente sul computer dell'utente con notevoli ed ovvi risparmi sui tempi di trasmissione e di collegamento. Questa al momento sembra essere la strada vincente. Nei prossimi mesi sapremo se lo è stata sino in fondo. MC

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

I FRAME

Ogni volta che esce una nuova versione di Netscape, di Internet Explorer o di un altro browser, viene implementata qualche nuova funzione. Ma poche cose sono state così innovative e spettacolari come l'utilizzo dei frame

di Giuliano Boschi

Con il rilascio prima delle versioni beta e poi della versione definitiva di Netscape 2.0 (che li ha inventati), e con la futura uscita di Internet Explorer 3.0 (al momento di scrivere questo articolo è stata distribuita una versione beta) il panorama dell'HTML si è arricchito di una nuova e spettacolare risorsa: i **frame**. Anche se spesso utilizzati a sproposito, i frame possono e stanno rivoluzionando l'impostazione grafica del WWW, costringendo gli sviluppatori dei siti, a rivedere lo styling delle nuove e vecchie pagine presenti sulla rete.

I frame (letteralmente cornice), permettono di suddividere la pagina da visualizzare in più aree, ognuna delle quali rappresenta una pagina a sé stante. Ciò consente di realizzare pagine flessibili e accattivanti, inserendo in un'area, ad esempio, un indice fisso, e in un'altra pagine che cambiano a seconda della scelta operata sull'indice.

Uso e abuso

Prima di parlare dei tag e quindi dei codici HTML necessari per costruire e progettare una pagina contenente i frame, voglio soffermarmi un istante su alcune regole di «etichetta».

I frame non sono l'uovo di Colombo, e non sono la soluzione ottimale a tutti i problemi.

Pur nella loro magnifica idea di fondo hanno dei difetti.

Il primo è quello di rallentare il caricamento della pagina. In pratica, se suddividiamo la normale pagina in quattro aree, questa impiega quasi quattro volte il tempo di caricamento di una pagina singola contenente la stessa mole di informazioni. Quindi occhio ad usare un numero di aree limitato allo stretto necessario.

Ad esempio, per un'azienda può essere importante mantenere una piccola area con il proprio logo, in quanto questo è fonte di pubblicità e di immagine. Ma nella vostra pagina personale, ha senso mettere un logo o un accessorio

Figura 1
La magia dei frame è subito evidente e non solo per la presenza del genio.

magari bello ed interessante, ma in effetti poco funzionale? Molto spesso no.

Altro grave problema è quello della dimensione della finestra video. Infatti, se progettiamo una pagina con molte aree, la parte attiva di ognuna risulta decisamente limitata.

Di conseguenza saremo portati ad utilizzare caratteri di ridotte dimensioni (rendendo poco leggibile o comunque pesante la lettura della pagina) o ci troviamo di fronte a cinque zone, ognuna con una sua barra di scorrimento, cosa non certo elegante che fa perdere l'impatto grafico dinamico proprio dei frame. Quindi l'utilizzo dei frame deve essere mirato, studiato e progettato con attenzione e soprattutto limitato ai casi in cui questo ha un senso.

Ed ecco i fatidici tag

Esaminiamo ora i tag e le estensioni da utilizzare nella composizione dei frame. La sintassi dei frame è, per certi versi, simile a quella delle tabelle, già viste in un precedente articolo. La pagina HTML che «lancia» una procedura di frame, è una pagina diversa da quelle che siamo abituati a digitare.

Non contiene infatti i soliti dati, come ad esempio testi, immagini, e così via, bensì solo le indicazioni che riguardano il numero, le dimensioni e il tipo di aree che devono essere visualizzate sullo schermo e l'indirizzo della pagina HTML che deve essere caricata all'interno di ogni singola area.

Tale documento deve avere una struttura tipo quella che potete vedere nel listato 1.

Listato 1

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>.......</TITLE
</HEAD>

<FRAMESET>
........................
</FRAMESET>

</HTML>
```

La prima cosa che i più esperti avranno notato è la mancanza dei tag <BODY> e </BODY>. È l'unico caso in cui non è necessario inserire un BODY. Questo viene sostituito, a tutti gli effetti, dal tag **<FRAMESET>**.

Nessuno dei tag che noi inserivamo all'interno del BODY può essere inserito prima di FRAMESET. Se ciò accade il tag FRAMESET sarà ignorato. Il tag FRAMESET deve essere obbligatoriamente chiuso con **</FRAMESET>** e, al suo interno può contenere solo un altro <FRAMESET> annidato, il tag **<FRAME>** o il tag **<NOFRAME>**.

Il tag FRAMESET ha due attributi: **COLS** e **ROWS**.

L'attributo **COLS** permette di indicare di quante colonne è composta la pagina frame che stiamo andando a comporre e le loro dimensioni. Tali valori possono essere espressi in tre diversi modi.

- Con un **valore numerico** che indichi in pixel la larghezza di ogni singola colonna. Tale valore si esprime inserendo tanti numeri separati da virgole quante sono le colonne che vogliamo inserire. Se, ad esempio, digitiamo <FRAMESET COLS="100,250,150">, avremo tre colonne larghe rispettivamente 100, 250 e 150 pixel. L'utilizzo di tale sistema è particolarmente rischioso perché può entrare in conflitto con le dimensioni della finestra utilizzata da chi visualizza la pagina evidenziando sullo schermo effetti non desiderati.

Figura 2
L'eleganza e la semplicità di questa pagina invogliano proprio a visitare le Big Mountain, almeno virtualmente, vista la distanza!

- Con un **valore percentuale** che indica quanta parte dello schermo debba occupare ogni colonna. Tale valore si esprime con numeri compresi tra 1 e 100 seguiti dal simbolo % e separati tra di loro da virgole.

La somma di tutti i valori percentuali inseriti deve dare 100.

Ad esempio con <FRAMESET-COLS="30%,20%,20%,30%"> abbiamo quattro colonne che occupano, rispettivamente, il 30% dello schermo.

Il 20%, ancora il 20% e quindi l'ultima che ne utilizza il 30% (30+20+20+30=100). Se la somma dei valori supera 100, tutti le percentuali inserite saranno scalate, sino a raggiungere il valore totale di 100.

Se la somma dei valori inseriti è inferiore a 100 e vi è comunque una «misura relativa» (vedremo tra poco di cosa si tratta) tutto lo spazio rimanente viene assegnato a questa colonna. Se non vi è una «misura relativa», lo spazio residuo è diviso tra tutte le colonne esistenti sino a ripristinare il totale di 100%.

- Con una **misura relativa**. Tale misura è indicata da un asterisco *. Quando ad una colonna si assegna come valore *, gli viene concesso tutto lo spazio massimo disponibile. Se sono presenti più asterischi. Ad ognuno viene assegnato uno stesso valore. Ad esempio <FRAMESET COLS="*,*"> è equivalente a <FRAMESET COLS="50%,50%">. Se davanti ad un asterisco inseriamo un numero, alla colonna indicata viene assegnato uno spazio proporzionale al numero stesso. Ad esempio con <FRAMESET COLS=

Figura 3
Non è tutto oro quel che luccica. Questa pagina è decisamente confusionaria!

"3*,*"> avremo due colonne, la prima occupa 3/4 dello schermo, la seconda solo 1/4.

La misura relativa può essere utilizzata in combinazione con valori numerici o valori percentuali (<FRAMESET COLS="150,*,300">).

L'attributo **ROWS** permette di indicare di quante righe è composta la singola colonna stiamo andando a comporre e le loro dimensioni. I valori e la sintassi è identica a quanto già visto per l'attributo COLS.

Ad ogni singola area, o se preferite ad ogni frame, deve essere associato un collegamento, generalmente ad una pagina HTML.

Per fare ciò utilizziamo il tag **FRAME**. Questo tag non necessita di una chiusura e ad esso possono essere associati sei attributi: **SRC, NAME, MARGINWIDTH, MARGINHEIGHT, SCROLLING** e **NORESIZE**.

SRC è l'attributo che permette di collegare una specifica U.R.L. ad una specifica area. Se non è indicata una U.R.L. l'area corrispondente è visualizzata vuota.

La sintassi è: <FRAME SRC="path/nome_url.htm">.

NAME permette di associare un nome ad una specifica area. Ciò consente, come vedremo più avanti, di individuarla e di far sì che possa diventare oggetto specifico di un collegamento.

Listato 2

```
<HTML>

<HEAD>
<TITLE>Esempio di frame</TITLE>
</HEAD>

<FRAMESET COLS="60%,40%">

        <FRAMESET ROWS="40%,60%">
        <FRAME NORESIZE SRC="1.htm">
        <FRAME SRC="2.htm">
        </FRAMESET>
        <FRAMESET ROWS="100,50,*">
        <FRAME SRC="3.htm">
        <FRAME SRC="4.htm">
        <FRAME SRC="5.htm">
        </FRAMESET>
</FRAMESET>

<NOFRAME>

<BODY>

<CENTER>
<H2>Per vedere correttamente questo documento &egrave;
necessario utilizzare un browser che supporti i frame</H2>
</CENTER>

</BODY>

</NOFRAME>
```

Non è obbligatorio indicare un nome per ogni area. Il nome dell'area deve iniziare con un carattere alfanumerico e, di default, a nessuna area viene assegnato un nome. La sintassi da seguire è <FRAME NAME="paperino" SRC="pippo.htm">.

Con **MARGINWIDTH** possiamo definire, all'interno di un'area, i margini a sinistra e destra della cornice da inserire ai lati di testi o immagini. Tale valore è un numero ed indica l'ampiezza del margine in pixel. Tale margine è uguale sia a destra sia a sinistra. La sintassi è <FRAME MARGINWIDTH="10" SRC="pippo.htm">.

MARGINHEIGTH ha lo stesso utilizzo e sintassi di MARGINWIDHT, solo che si riferisce ai margini superiore ed inferiore.

L'attributo **SCROLLING** definisce se in un'area deve essere inserita una barra di scorrimento, che permetta, cliccando sulle frecce direzionali, di visualizzare parti del testo o di immagini che non entrano nell'area scelta per quel

frame. Può avere tre valori: **yes**, che rende sempre visibile la barra di scorrimento, anche se la pagina non ne avrebbe bisogno; **no**, che non fa mai vedere la barra, anche se il contenuto della pagina non è totalmente visibile; **auto**, che inserisce la barra solo quando questa è necessaria, ossia quando il contenuto della pagina non è totalmente visibile nell'area interessata.

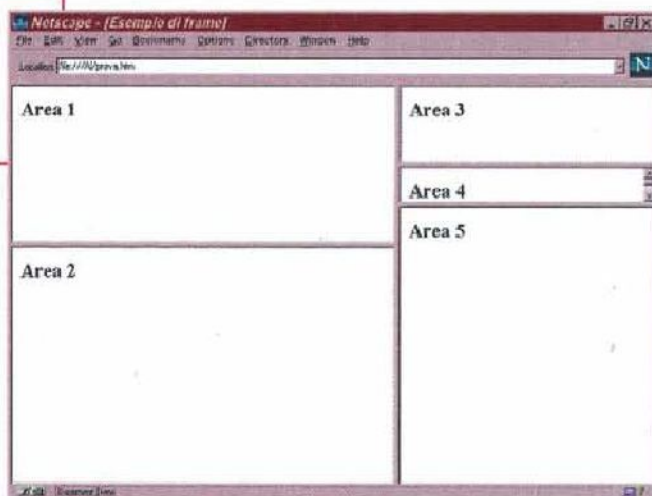
Il valore di default è auto. La sintassi per utilizzare questo attributo è <FRAME SCROLLING="yes"SRC="pippo.htm">.

Quando l'utente carica sul suo *browser* una pagina contenente dei frame, può, puntando col mouse una delle cornici, spostarla, aumentando o diminuendo a suo piacere, le dimensioni delle aree interessate da quella specifica cornice. Se vogliamo impedire tale funzione, dobbiamo utilizzare l'attributo **NORESIZE**. L'area in questione risulta ora immodificabile. Anche le aree adiacenti, nella zona di contatto, risultano immodificabili.

Di default tutte le aree sono modificabili. La sintassi è <FRAME NORESIZE SRC="pippo.htm">.

Pensiamo anche a chi non può visualizzare i frame

Purtroppo non tutti i browser interpretano correttamente i frame, a tali utenti è quindi precluso l'accesso a tutte le pagine che ne utilizzano. Il tag **NOFRAMES** permette di risolvere, almeno in parte, questo problema. Infatti

Figura 4: Cinque Netscape al prezzo di uno, veramente niente male i frame.

tutto ciò che è compreso tra i tag **<NOFRAMES>** e **</NOFRAMES>**, sarà visibile solo dagli utenti che non hanno browser con la capacità di interpretare i frame.

Potremo così inserire una pagina tradizionale che ad esempio permetta egualmente di navigare il sito, anche se in modo meno appariscente.

Utilizzare questo sistema, spesso ci costringe ad effettuare un doppio lavoro, ripagato dal fatto che un maggior numero di utenti può accedere al nostro sito e può consultare le nostre pagine.

Tutto il frame minuto per minuto

Forse non tutto vi è chiaro, è il momento di commentare, riga per riga, il listato 2, che contiene la pagina frame visibile in figura 4.

Il primo elemento che incontriamo è <FRAMESET COLS="60%,40%">, questa riga indica al *browser* che ci troviamo di fronte ad un frame composto da due colonne, la prima occupa il 60% della larghezza dello schermo, la seconda il 40%.

<FRAMESET ROWS="50%,50%"> indica che nella prima colonna (per intenderci quella che occupa il 60% della larghezza dello schermo) vi sono due aree e che entrambe occupano il 50% dell'altezza dello schermo.

Le due righe a seguire, quelle con il tag FRAME, indicano quali pagine devono essere caricate nelle due aree appena individuate dall'attributo ROWS. Inoltre le dimensioni della prima area non possono essere modificate dall'utente (NORESIZE). Il tag </FRAMESET> chiude il FRAMESET ROWS.

<FRAMESET ROWS="100,50,*"> indica che la seconda colonna è composta da tre aree, la prima alta 100 pixel, la seconda 50.

Alla terza, essendo evidenziata da un asterisco, viene assegnata l'intera parte restante dello schermo. Anche qui i successivi FRAME indicano le pagine HTML da caricare nelle rispettive aree. Dalla figura 4 potete notare come all'area 4, non essendo interamente visibile nella finestra assegnata, sono associate delle barre di scorrimento verticale. Il tag </FRAMESET> chiude il secondo FRAMESET ROWS, mentre un ulteriore </FRAMESET> chiude il FRAMESET COLS iniziale.

Tutto ciò che è racchiuso tra <NOFRAME> e </NOFRAME> è visualizzato solo da *browser* che non supportano i frame come ad esempio Netscape 1.1.

Figura 5: Un'altra semplice ed ottima struttura indice/testo per il sito ufficiale del club italiano di Star Trek.

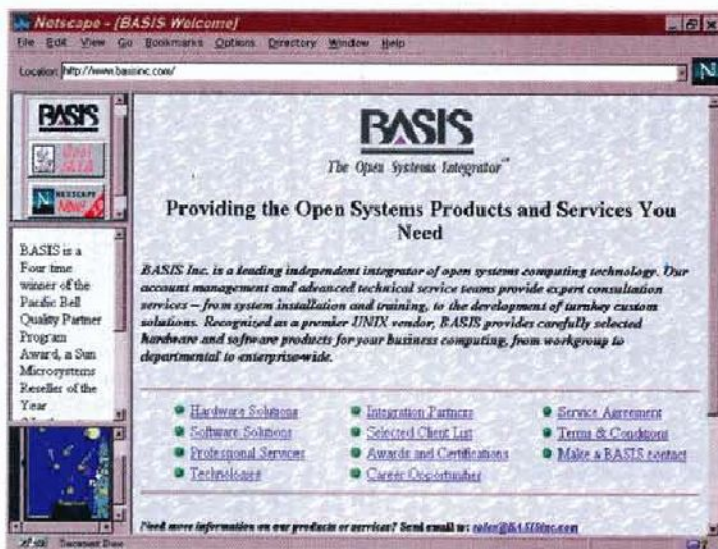



Figura 6:
Ecco un esempio di area inutile, sto parlando di quelle in basso a destra.

Figura 7:
Per ben apprezzare questa pagina è consigliata, o meglio obbligata, una risoluzione video di 800 x 600.

La dinamicità dei frame

La dinamicità dei frame è data da un altro importante concetto, quello di poter caricare una qualsiasi pagina in una qualsiasi area.

Ad esempio possiamo creare un'area di dimensioni ridotte che contiene un indice, cliccando su un elemento di esso, l'area con l'indice resta immutata, l'area maggiore mostra invece il documento richiesto. Il vantaggio, evidente, è quello di avere l'indice sempre a portata di click. Un buon esempio di questo tipo è quello mostrato in figura 5.

Vediamo ora come possiamo indirizzare i link a specifiche aree.

- Inserire il nome dell'area in cui caricare la pagina un anchor (ossia il tag A). All'interno del tag utilizziamo l'attributo **TARGET** il cui valore è il **NAME** dell'area in cui si vuole visualizzare la pagina indicata dall'anchor. La sintassi è <A HREF="indirizzo_pagina" TARGET="nome_area">Testo cliccabile</A>.

- Quando vogliamo che tutti i link in una pagina siano indirizzati ad una stessa area possiamo utilizzare il tag **BASE**, con il suo attributo **TARGET**. In pratica assegniamo un'area di default a tutti i link presenti nella pagina. La sintassi da seguire è <BASE TARGET="nome_area">.

- In questa serie di articoli, non abbiamo ancora parlato delle mappe client-side. Per ora basti sapere che si tratta di mappe dinamiche cliccabili che non necessitano di un lato server, possono quindi essere implementate in una qualsiasi pagina HTML.

Nel nostro caso le utilizziamo per indirizzare la scelta operata dall'utente verso una specifica area.

La sintassi è <AREA SHAPE="nome_della_forma" COORDS="x,y,..." HREF="indirizzo_pagina" TARGET="nome_area">.

- Quando compiliamo un modulo (form) la risposta a questo può essere indirizzata ad una specifica area semplicemente inserendo <FORM ACTION="indirizzo_pagina" TARGET="nome_area">.

La magia dei frame

Come abbiamo precedentemente visto, il nome da assegnare ad un'area deve iniziare con un carattere alfanumerico. Il motivo è dato dal fatto che esistono alcuni **TARGET**, che hanno come primo carattere l'underscore, definiti dalla stessa Netscape, "magici".

Con TARGET="_blank" automaticamente viene aperta un'altra sessione del *browser* dove, a schermo intero, viene visualizzata la pagina richiesta.

Con TARGET="_self" la pagina richiesta viene caricata nella stessa area da cui parte la richiesta. Ciò avviene anche se, utilizzando il tag BASE, abbiamo inserito una destinazione di default.

Con TARGET="_parent" indirizziamo il documento nel FRAMESET da cui ha avuto origine quel documento. Se il documento non ha un FRAMESET di origine, viene caricato nella stessa area da cui parte la richiesta.

Con TARGET="_top" il documento viene caricato a pieno schermo che ridiventa quindi un'unica area.

Ora siete in grado di costruire in modo nuovo le vostre pagine e di dividerle in una miriade (!) di aree.

Nel prossimo numero vedremo come utilizzare al meglio i frame e, soprattutto, come non vanno utilizzati. MS

Giuliano Boschi è raggiungibile su Internet all'indirizzo boschi@mclink.it

I FRAME: ATTO SECONDO

I Frame, croce e delizia di ogni programmatore di HTML. Quando vanno utilizzati? Quali sono i loro limiti? Quando possono elevare la qualità di un sito? Un attimo di pazienza e lo saprete

(di Giuliano Boschi)

Nel numero scorso abbiamo esaminato i tag necessari per un corretto utilizzo dei *frame*. Per i più distratti ricordo che i frame (letteralmente: *cornice*), permettono di suddividere la pagina da visualizzare in più aree, ognuna delle quali rappresenta una pagina a sé stante. Ora sottoporremo i frame ad un vero e proprio processo per capirne i limiti e per far sì che diventino un duttile strumento nelle nostre mani e non un inutile fardello con il solo compito di appesantire il nostro sito.

Frame o non frame

I frame sono visibili solo con Netscape 2.0 e successivi e con Internet Explorer 3.0. Nel numero precedente abbiamo visto che si può ovviare al fatto che non tutti gli utenti hanno la possibilità di vedere le pagine che utilizzano i frame con il tag NOFRAME. Grazie a questo tag possiamo infatti inserire nella pagina HTML dei messaggi che possono essere visti solo da un browser che non supporta i frame. Questo tipo di soluzione ci offre tre possibilità.

La prima è quella di scrivere un messaggio del tipo *"mi dispiace, se non hai un browser che visualizza i frame non puoi visitare questo sito"*.

La seconda è quella di costruire due siti, uno per chi utilizza i frame e uno per chi non li può visualizzare.

La terza è quella di non utilizzare assolutamente i frame e di costruire un sito di tipo tradizionale.

Se abbiamo deciso di utilizzare i frame, la prima soluzione, pur precludendo la visita ad un certo numero di persone, ci permette di aver con loro un contatto. Certo, noi non li consideriamo molto, comunque dimostriamo di sapere che esistono! Non c'è nulla di più irritante che collegarsi ad un sito e di non ricevere alcuna risposta, qualunque sia il motivo, server non attivo, tempi di attesa lunghi e così via. Con questo messaggio invitiamo l'utente a ricollegarsi quando avrà a disposizione un diverso browser, e non è detto che non lo faccia.

Il secondo caso rappresenta la situazione ideale. Due siti, uno più tecnologico e un altro, forse meno spettacolare, ma comunque leggibile da tutti. Il problema è che in questo caso dobbiamo progettare due siti invece di uno. Infatti, pur mantenendo invariati i contenuti, i due siti saranno estremamente difformi l'uno dall'altro per sistema di navigazione. Ciò comporta un lavoro quasi doppio e, visto che abbiamo già poco tempo per tenere aggiornate le nostre pagine, o ancora non abbiamo avuto il tempo per inserire l'intero scibile umano all'interno di esse, il problema non è da poco.

La terza soluzione, quella di progettare un sito senza l'utilizzo dei frame, non è assolutamente da scartare. I frame permettono indubbiamente una navigazione del sito più

*Figura 1
Dalla Silicon Graphics non ci potevamo che aspettare un sito godibile ed elegante, solo due Frame, ma tanto buon gusto.*

intuitiva e spettacolare, ma di certo non sono obbligatori. Chi ha necessità di raggiungere tutti (o quasi) i potenziali utenti e non ha il tempo o la voglia di progettare due siti, non deve utilizzare i frame. Abbiamo tutti esperienza di ottimi siti anche senza l'utilizzo delle magiche "cornici".

Figura 2
Non sono certo i Frame a rendere godibile un sito: questa pagina non mi invoglia certo ad andare a visitare la Napa Valley!!

La sindrome della lumaca

Le probabilità che un utente sospenda la lettura delle nostre pagine per passare ad un altro sito sono direttamente proporzionali alla lentezza con cui il nostro sito viene visualizzato sul suo monitor. Più volte abbiamo individuato i motivi della lentezza del caricamento delle pagine. Uno di questi sono i frame. A parità di dati, una pagina senza frame impiega molto meno tempo a raggiungere il computer di chi l'ha richiesta di una con tre o quattro aree, e vi sono siti con sei o otto aree! Decisamente originali, ma altrettanto decisamente poco pratici. Molte volte vengono progettate aree del tutto inutili. Un esempio può essere la presenza di una piccola area con uno stemma o un logo, presente sullo schermo per tutta la navigazione del sito. E' vero che l'immagine è piccola, è vero che viene caricata una volta sola, ma è altrettanto vero che ha un senso solo se stiamo navigando all'interno del sito di una società che ha un interesse preciso a far sì che il suo logo sia sempre in bella evidenza. Ha senso invece mettere un'immagine, magari molto carina, di un mago o le iniziali in gotico di chi ha progettato le pagine? Credo proprio di no, anche perché quello spazio può essere meglio utilizzato per ampliare un'area che invece soffre di una certa ristrettezza, come ad esempio la finestra principale in cui leggiamo i dati salienti della nostra pagina.

Ma non è tutto, se avete già progettato pagine con i frame, vi sarete resi conto di un affannoso problema, per quanto le progettiate bene, saranno correttamente visualizzate con una sola risoluzione grafica. Provate, ad esempio, a costruire un sito con una risoluzione di 640x480. Fatto? Tutto OK? Bene, adesso visualizzate le stesse pagine con una risoluzione di 800x600. Nel 99% dei casi vi troverete di fronte a pagine disordinate e poco chiare, tutta la bella impaginazione che avete impostato è andata a farsi friggere. Questo è uno dei principali limiti dei frame. Si può sopperire utilizzando un Java Script che automaticamente apre una finestra del browser con una dimensione di 640x480, anche se l'impostazione dell'utente è di 800x600 (ovviamente il passaggio inverso è impossibile). Ciò richiede delle conoscenze specifiche di programmazione e comunque l'utente rimane sempre "turbato" quando un programma gli manipola, in modo così evidente, i propri settaggi, anche se in fondo non succede alcunché di preoccupante.

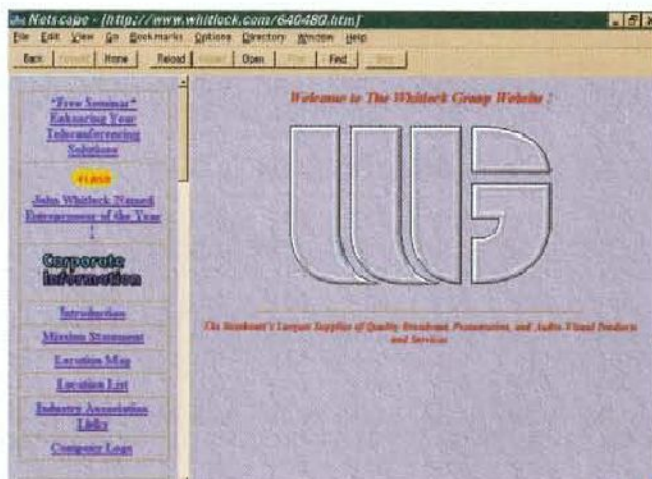
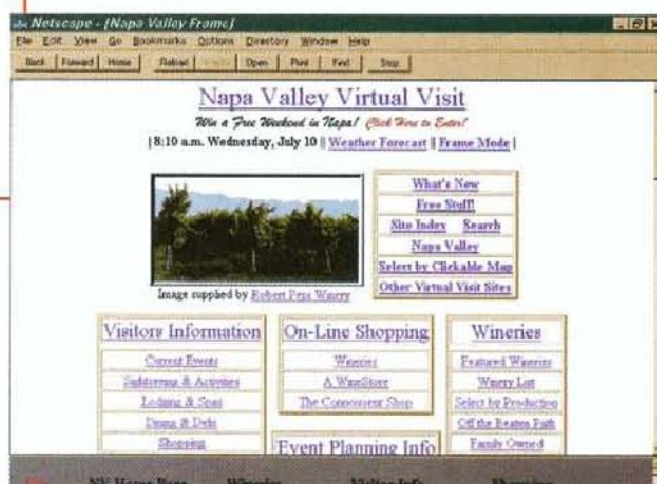



Figure 3 e 4
Un gruppo, due siti: uno destinato a chi utilizza una risoluzione video di 640x480, l'altro per chi utilizza la 600x800, un segno di particolare attenzione verso il cliente.

Altro sistema, decisamente più pratico, è quello di dimensionare l'intera pagina come un frame delle dimensioni di 640x350 (non 480 per tenere conto del-

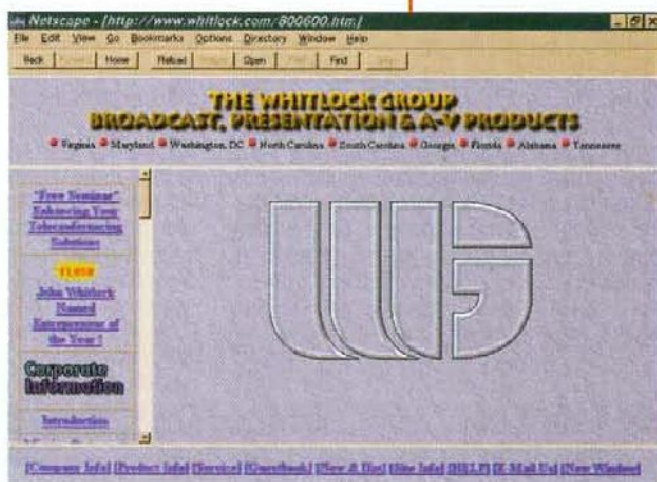



Figura 5
Dal CD-ROM di Fiat Bravo e Brava un esempio di navigazione intuitiva. I vari menu ci consentono di visitare le parti del CD che veramente ci interessano.

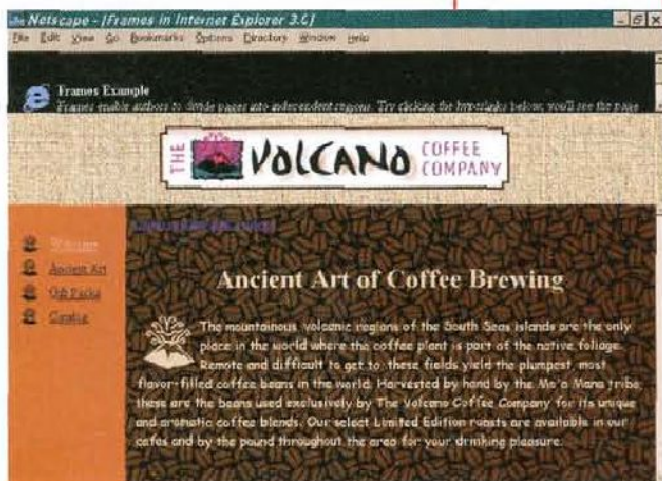
Figura 6
In questo caso la mancanza dei bordi rende decisamente confusionaria la pagina: va bene che si tratta solo di un esempio, ma un'attenzione maggiore non avrebbe guastato.

le dimensioni delle toolbar di Netscape). Chi utilizza una risoluzione maggiore vedrà a video una grande cornice, con al centro le pagine del sito, soluzione esteticamente non eccelsa ma che permette di rendere quasi universali le nostre pagine.

Comunque, proprio i frame, a causa delle dimensioni ridotte di alcune aree, stanno spingendo sempre più gente verso l'utilizzo della risoluzione video di 800x600, mentre pochissimi (solo chi ha monitor di grandi dimensioni) utilizza l'insolita 1024x768.

Un altro modo per risolvere il problema è quello di progettare due siti, uno per chi utilizza la risoluzione 640x480, un altro per chi utilizza la 800x600. Ovviamente ciò comporta un lavoro supplementare, ma abbiamo la sicurezza di accontentare tutti. Nelle figure 2 e 3 potete vedere un esempio pratico, le due home page del "Whitlock Group".

La sindrome di Lilliput

Abbiamo detto di evitare aree inutili: più queste sono numerose, più tenderanno ad essere piccole. Per far entrare il nostro testo nell'area a lui destinata, siamo spesso costretti a ridurre la dimensione delle lettere (o ancora meglio del font). Attenzione a far sì che i testi risultino sempre ben leggibili, il colore del testo deve sempre essere contrastante con quello del fondo. Come al solito non dobbiamo farci prendere la mano e dobbiamo valutare correttamente la funzionalità dei frame. Se dobbiamo inserire molto testo. Ad esempio, potremmo suddividere lo schermo solo con frame orizzontali, concedendo quindi il maggior spazio possibile al testo. Sono da evitare, o almeno da ridurre al minimo, le barre di scorrimento orizzontale. L'utente non è abituato a questo tipo di interfaccia e per quanto possa sembrare assurdo, può non accorgersi che per vedere integralmente un testo o una toolbar bisogna effettuare uno scorrimento verso destra. Oltre che scomodo, questo tipo di interfaccia risulta di scarsa presa estetica e decisamente poco elegante.

Un errore banale che ho visto in alcuni siti è quello di voler costringere con ogni mezzo l'utente a rimanere nel nostro sito. Come abbiamo più volte detto, la forza di Internet sta soprattutto nella facilità con cui visitiamo ora un computer che si trova a pochi chilometri da casa nostra, ora un altro che si trova dall'altra parte del mondo. Nel nostro sito quindi facilmente ci saranno dei link che permettono di navigare in altri siti. Quando questi link sono inseriti in un frame, il target non può essere un'area del nostro sito, bensì l'intero schermo. Se limitiamo il link ad una nostra area è vero che permettiamo all'utente che sta consultando una banca dati che si trova in un altro computer di avere sempre a disposizione i menu del nostro sito, ma è anche vero che costringiamo il sito visitato a comprimersi in uno spazio angusto, non certo previsto da chi ha progettato quelle pagine. Ciò, oltre rendere di difficile lettura il sito, è decisamente contrario all'etica che ogni buon surfer deve seguire se vuole far parte della grande comunità di Internet.

Niente stelle, ci orientiamo con la bussola

Ma l'utilizzo dei frame ha anche degli spettacolari vantaggi. Avrete sicuramente visto ed apprezzato il sistema di navigazione presente in alcuni CD-ROM divulgativi. Visitare un museo virtuale o andare a cercare le caratteristiche tecniche dell'ultima nata in casa Fiat (fig. 5), oltre che istruttivo è diventato ormai estremamente semplice. La presenza in ogni schermata di una serie di pulsanti o bottoni, permette, a chi sta navigando il CD, di avere sempre sotto controllo la situazione, di passare da un settore ad un altro con un semplice click del mouse e di andare sempre e solo dove si desidera andare. I frame ci permettono di trasferire questa semplice ed intuitiva interfaccia in Internet. Infatti il maggior utilizzo che viene fatto dei frame è proprio quello di creare un'area centrale principale in cui leggere i dati che ci interessano, e aree più piccole, sempre presenti sul monitor, che contengono gli indici degli argomenti trattati nel sito. E' quindi evidente la forza e la potenzialità dei frame. Finalmente possiamo navigare un sito senza perderci, andando sempre dove vogliamo, insomma se il browser è il timone, i frame sono la bussola.

Facciamo ora un esempio pratico ed immaginiamo di trovarci in un sito che utilizza i frame. Le nostre schermate sono divise in tre aree orizzontali. Quella superiore, che chiamiamo A e quella inferiore C, sono di ridotta altezza, quella centrale B contiene la quasi totalità dello spazio del video.

Possiamo utilizzare l'area C per inserire una toolbar di navigazione di livello uno, sempre presente in tutte le pagine del sito, con una pulsantiera che permetta un facile accesso ad ognuno dei capitoli trattati dal nostro sito (dall'importanza filosofica delle lumache nella storia dei popoli fenici, alla possibilità per l'utente di inviarci un messaggio).

Nell'area superiore, la A, a seconda del capitolo che abbiamo scelto dalla toolbar inferiore, possiamo inserire una toolbar di livello due, con una pulsantiera che permetta di accedere ai singoli paragrafi di quello specifico capitolo.

L'area B invece consente di visualizzare i dati contenuti nel paragrafo richiesto dall'utente.

Forse è troppo complicato? Credo proprio di no, in un sito del genere è praticamente impossibile perdersi, anche se lo visitate per la prima volta.

Nella progettazione di un sito con i frame è basilare che le singole aree siano sempre adibite ad una medesima funzione. Facendo ancora riferimento all'esempio precedente, l'area B, quella centrale, è quella che permette all'utente di reperire le notizie di cui ha bisogno, l'area C contiene un indice di livello uno, l'area A un indice di livello due. Tale struttura, deve rimanere invariata in ogni pagina del sito, altrimenti si viene a perdere quell'immediatezza e quella facilità di navigazione propria dei frame.

Infine un consiglio, non utilizzate i frame nella prima pagina del sito, la copertina deve essere a schermo intero e contenere quelle pochissime notizie necessarie a capire di cosa si parla nel sito.

Novità in vista

Proprio poco prima di chiudere questo articolo (e di andare in vacanza), è uscita la beta 5 di Netscape 3.0. Molte le novità, ma una in particolare riguarda i frame. Ecco quindi dei nuovi attributi.

FRAMEBORDER (supportato anche da Internet Explorer 3.0) è un attributo di FRAMESET e di frame. Il valore di FRAMEBORDER può essere *yes* o *no*, il valore di default è yes. Quando è usato come attributo di FRAMESET ed il valore è no, tutte le aree all'interno del FRAMESET, pur mantenendo la loro peculiare autonomia, non risultano più divise da un bordo. Quando è usato all'interno di frame solo quella singola area risulta senza cornice, con una priorità superiore a qualsiasi comando inserito nel FRAMESET. Spesso un bordo è condiviso da più aree, perché questo non sia visibile, tutte le aree interessate devono avere come valore di FRAMEBORDER no.

La sintassi è: <frame FRAMEBORDER="no">.

Non ho avuto tempo di provare questi tag, ho visto solo un esempio (fig. 6), voglio però esprimere alcune considerazioni, anche se ovviamente dovranno essere verificate nella pratica. L'esempio, scaricato dal sito della Microsoft è decisamente brutto!! Aree con fondi di colori diversi, mal accostati tra di loro, le barre di scorrimento che sembrano 'svolazzare' nella pagina quasi senza senso, insomma non si capisce dove cliccare e le toolbar, decisamente confusionarie, non sono di alcun aiuto. Credo però che si tratti solo di un cattivo esempio. Con l'eliminazione dei bordi dei frame, veramente abbiamo la possibilità di navigare in Internet come su un CD-ROM. Probabilmente i fondi devono essere dello stesso colore o comunque armonizzati tra di loro. Le barre di scorrimento ridotte al minimo (magari solo sull'area più a destra) o addirittura evitate, insomma i prossimi mesi ci diranno quale via 'artistica' prenderanno i frame. Già ora si può sicuramente affermare la necessità di un uso oculato della programmazione HTML, tanto per cambiare ci vuole il solito comunissimo e rarissimo buon gusto.

Un altro nuovo attributo di FRAMESET e di frame è BORDERCOLOR. I valori di BORDERCOLOR possono essere il nome di un colore o un valore RGB. BORDERCOLOR ci permette di dare un colore al bordo del frame. Quando è accompagnato a FRAMESET il valore vale per tutti frame in esso contenuto, se è un attributo del tag frame, vale solo per il frame in questione. Importante è l'ordine di priorità dei comandi dati con questo attributo. Il comando inserito nel FRAMESET più esterno ha priorità minore, quello inserito nel FRAMESET annidato più internamente, ha priorità maggiore. Un BORDERCOLOR utilizzato all'interno del tag frame ha infine priorità assoluta. Se c'è conflitto tra due colori che insistono sullo stesso bordo e che hanno identica priorità, il risultato è indefinito (!?!).

Figura 7
Ecco un esempio di Floating Frame: come potete notare vi sono due frame, uno al centro e uno che gli fa da contorno.

La sintassi è: <frame BORDERCOLOR="#FFFFFF">.

Anche in questo caso non ho potuto ancora provare l'utilizzo di questo attributo, e non ho neanche potuto vedere un esempio concreto. Che dire, occhio alle pagliacciate!

Anche Internet Explorer 3.0, al momento di scrivere questo articolo in beta 1, promette una novità nei frame: i *floating frame* (fig. 7). La novità consiste nella possibilità di inserire anche un solo frame all'interno di una pagina, senza che questi abbia contatto con altri frame. Si può quindi notificare un frame senza il tag FRAMESET, ma semplicemente con una riga del tipo:

<frame WIDTH=75% HEIGHT=55% NAME=fframe SRC="pippo.htm">.

In questo caso il FLOATING frame occupa una finestra larga il 75% dello schermo e alta il 55%. Tale sistema si presta a presentazioni di particolare effetto ed originalità. Speriamo che sia supportato anche dalla prossima beta di Netscape 3.0.

Ed è veramente tutto, non resta che attendere le prossime novità dalla rete.

MC

LE GIF ANIMATE

Fuochi d'artificio, stelle filanti, tappi di spumante che saltano, palline che rimbalzano e automobili che corrono. La rete si è messa in movimento. Il bello è che tutti possono finalmente realizzare un sogno a lungo represso: quello di animare una materia inerte fatta di bit e di impulsi elettronici.

di Giuliano Boschi

Ormai da tempo chi naviga in Internet non può non aver notato, in numerosi siti, la presenza di simpatiche animazioni. Moda del momento o reale necessità? Sicuramente sono vere entrambe le cose. Grazie alle **GIF animate**, che come vedremo sono di semplicissima realizzazione, l'animazione è ora alla portata di tutti. Certo, con le GIF animate non si hanno le potenzialità e le possibilità di un CGI-bin o di un Java script, ma il fatto che tutti le possano realizzare ha portato ad un loro rapido e scontato successo. Come sempre accade c'è anche un rovescio della medaglia. Molto spesso tali animazioni sono usate a sproposito, dove non hanno ragione d'essere e, pur di inserire una splendida animazione, c'è chi riempie i propri siti con immagini lunghe decine di K.

Prima di vedere come si realizzano le GIF animate, cerchiamo tuttavia di capire che cosa sono.

GIF89a

Una **GIF** è un'immagine costruita con un algoritmo di compressione detto LZW e salvata in uno specifico formato standardizzato, nato diversi anni fa su Compuserve. La compressione permette di ridurre notevolmente le dimensioni dell'immagine. La struttura dei file prevedeva sin dall'inizio la possibilità di inserire immagini multiple in uno stesso file, e dunque potenzialmente anche di realizzare animazioni. Nella prima specifica GIF del 1987, detta **GIF87a**, non si faceva espressamente cenno alle animazioni, ma era comunque prevista la presenza di immagini multiple. Le specifiche principali di tale formato erano: immagini con compressione LZW; più immagini codificate in un unico file; posizione dell'immagine sullo schermo.

Ma ciò non era sufficiente, o almeno non rendeva le GIF animate così duttili da poter poi essere utilizzate nella pratica. La specifica GIF87a si evolse quindi nella **GIF89a** aggiungendo alle specifiche già elencate: l'intervallo, in centesimi di secondo, tra la visione di un'immagine e di quella successiva; l'attesa per eventuali input da parte dell'utente; la possibilità di inserire la trasparenza; l'inserimento di linee di commento; l'indicazione di come un'immagine debba essere rimossa dopo che è stata visualizzata; la possibilità di inserire particolari specifiche all'interno del file.

Figura 1: La home page della Alchemy Mindworks Inc, se volete scaricare GIF Construction Set siete nel sito giusto.

Attualmente solo **Netscape**, a partire dalla versione 2.0 e **Internet Explorer 3.0** (praticamente il 95% dei browser esistenti), supportano l'uso delle GIF89a, anche se non in tutte le specifiche. Ad esempio non è possibile indicare come debba essere rimossa l'immagine visualizzata. Ciò non impedisce al browser di interpretare correttamente le immagini contenute nel

Figura 2: No, vi assicuro che non è una mia foto, si tratta di Yves Piguet, il progettista di GIFBuilder.

file, compresa la trasparenza. Se poi una GIF89a animata viene visualizzata da un browser che non supporta l'animazione, risulta comunque visibile a video il primo fotogramma dell'animazione stessa come immagine statica. Tenetene ben conto quando progettate le vostre animazioni. Una considerazione importante da fare è che una GIF89a, rimane sempre una GIF, quindi il massimo numero di colori utilizzabile è 256.

La struttura di una GIF89a

Un file in formato GIF è composto da blocchi. In particolare, le GIF89a hanno una struttura del tipo:
intestazione (header); definizione dell'area dell'immagine (Logical Screen Descriptor); estensioni di Netscape (opzionale); successione delle immagini; indicazione di fine file.

E' interessante fare alcune notazioni.

L'intestazione, o header, è un blocco di 6 byte che contiene l'indicazione del tipo di immagine GIF che si sta caricando, nel nostro caso l'indicazione è GIF89a. La "Logical Screen Descriptor" permette di definire l'area occupata dall'immagine sullo schermo; a tale proposito è bene ricordare che utilizzando le GIF animate, tutte le singole immagini della sequenza devono avere le stesse dimensioni per evitare che le più grandi vengano tagliate, proprio perché di dimensioni maggiori rispetto a quanto indicato nel Logical Screen Descriptor. In questo blocco viene anche indicato quale deve essere il colore di fondo visibile, ad esempio, al di sotto di una trasparenza. Tale selezione è ignorata dai browser che la sostituiscono con il colore indicato dal tag BGCOLOR o con l'immagine che avete scelto come fondo. Nel blocco viene anche definita una palette di colori che, come abbiamo visto, può essere al massimo di 256 colori.

Il blocco seguente, opzionale, permette di inserire delle specifiche per particolari programmi. Ad esempio si può utilizzare questa sezione per inserire la specifica del loop che permette di visualizzare più volte in sequenza, le immagini presenti nel file.

I vantaggi di una GIF89a

I vantaggi che si hanno nell'usare animazioni realizzate come GIF89a piuttosto che con altri sistemi (ad esempio Java) non sono altro che i normali benefici di un'immagine GIF come la compressione, la trasparenza, la possibilità di essere interlacciata. Essa inoltre è supportata dai due browser più diffusi senza la necessità di implementare alcun plug-in, e non necessita di alcun intervento del server; è solo necessario, come vedremo più avanti, un programma che permetta di realizzarla.

E ancora: l'immagine può essere utilizzata più volte senza attendere che sia ricaricata, infatti la cache del browser memorizza i singoli fotogrammi per poi visualizzarli ad ogni loop. La dimensione dei file così costruiti risulta modesta in rapporto all'effetto che crea. Le animazioni costruite come GIF89a possono comodamente essere prelevate da un qualsiasi sito come se si trattasse di una normale immagine (occhio ai diritti!!). Infine non necessita di una sintassi HTML specifica, ma viene inserita in una pagina come tutte le altre immagini GIF o JPG.

Figura 3: L'intera animazione è composta da più di 40 fotogrammi. Anche visionando questi pochi fotogrammi, appare chiaro che ci troviamo in un sito che parla di cinema.

Figura 4: Non so quando le poste ci recapiteranno la missiva, la lettera comunque noi l'abbiamo inviata!

Gli svantaggi di una GIF89a

Quali sono invece gli svantaggi nell'uso di un'animazione GIF?

Innanzitutto non è molto adatta per le fotografie, avendo come limite di utilizzo 256 colori. Poi, per quanto minima vi è una percentuale di browser che non la visualizza. E ancora: l'animazione può essere rallentata o addirittura interrotta dal caricamento di altre immagini presenti nella pagina; essa può essere facilmente "carpita" ed utilizzata da persone che non ne avrebbero diritto (questo è comunque un problema comune a quasi tutto il materiale reso disponibile su Internet).

Infine non si può utilizzare questo tipo di animazione come background.

GIF Construction Set e GIFBuilder

Dopo tanti discorsi tecnici eccone uno decisamente più semplice, la

Figura 5: A golf sono veramente bravo! Ho ricaricato la pagina una decina di volte e non ho mai sbagliato un colpo!

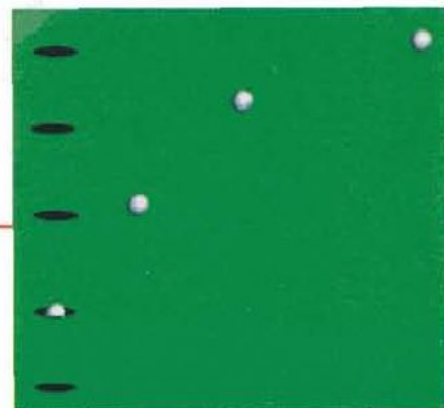



Figura 6: Un modo simpatico per salutare chi viene a visitare le nostre pagine. Un'animazione semplice ma sicuramente apprezzata.

realizzazione vera e propria di una GIF animata, sì, perché realizzarla è veramente una passeggiata di salute. Il tutto, per chi usa Windows 3.1, 95 o NT, grazie ad un programma shareware (la versione registrata costa 20$ più 5$ di spedizione): **GIF Construction Set**.

Progettata dalla Alchemy Mindworks, questa utility permette in modo semplice di realizzare una GIF89a. La richiesta hardware è minima: un 386 con 4MB di RAM (meglio se 8, soprattutto se si lavora con immagini di grandi dimensioni).

In pratica ogni immagine dell'animazione è trattata come un blocco a sé stante. Per ognuna di esse può essere deciso il colore di trasparenza, il ritardo con cui deve essere mostrata l'immagine seguente e il modo in cui l'immagine stessa deve essere rimossa dallo schermo (opzione comunque non ancora supportata dai browser). Ad ogni immagine può inoltre essere associato un commento specifico. Il colore da "trasparentizzare" viene scelto cliccando direttamente il colore sull'immagine. Nell'header del file possiamo indicare le dimensioni dell'area che deve essere occupata dalle immagini, la palette da utilizzare e il colore di background. Vi è inoltre la possibilità di attivare la funzione di loop.

Similmente a GIF Construction set gli utenti Mac possono utilizzare **GIFBuilder** scritto da Yves Piguet. Anche in questo caso la realizzazione di una GIF animata risulta semplice ed intuitiva. In un file contenuto nel programma l'autore dichiara che GIFBuilder è shareware, ma non è necessaria nessuna registrazione né alcun pagamento per poterlo pienamente utilizzare. Senza autorizzazione è vietata, ovviamente, la distribuzione del prodotto.

Tutto il software che vi serve

- Utenti Windows

Per realizzare delle GIF animate è sufficiente il pratico ed utilissimo GIF Construction Set.

Se utilizzate Windows 3.1 o 3.11 lo potete trovare all'indirizzo:
ftp://ftp.mindworkshop.com/pub/alchemy/gifcon.exe
il file è lungo 817 k.

Se invece lavorate con Windows 95 l'indirizzo giusto è:
ftp://ftp.mindworkshop.com/pub/alchemy/gifcon32.exe
il file è lungo 767 k.

- Utenti MAC

Per voi GIFBuilder. Lo potete trovare all'indirizzo:
http://iawww.epfl.ch/Staff/Yves.Piguet/clip2gif-home/GifBuilder-0.4.sit.hqx
il file è lungo 192 k.

Se lo preferite in formato binario lo trovate all'indirizzo:
http://iawww.epfl.ch/Staff/Yves.Piguet/clip2gif-home/GifBuilder-0.4.sit.bin
il file è lungo 142 k.

Finalmente un po' di pratica

Come già accennato, inserire una GIF animata nella nostra pagina non richiede uno specifico tag, basta un normale **<IMG SRC="nome_file_animato.gif">** ed il gioco è fatto. Questo non vuol dire che sia facilissimo realizzare una GIF animata di sicura efficacia. Veniamo quindi ai consigli del caso.

Figura 7: In questa pagina potete prelevare decine di animazioni già pronte per l'uso. Nel box l'elenco dei siti dove potrete trovare tutto ciò che cercate.

Quando noi progettiamo una pagina, di qualsiasi argomento si tratti, inseriamo, all'interno di essa, dei contenuti che rispecchiano la materia trattata. Se il nostro sita tratta dei cento modi per fare un'ottima pizza, difficilmente immetteremo in esso un'immagine della Torre Eiffel (a meno di voler segnalare una buona pizzeria parigina!).

Questa semplice regola spesso viene disattesa per quanto riguarda le GIF animate. Ultimamente c'è stata una vera corsa all'animazione. Stelle che brillano, palline che rotolano, colori cangianti che riempiono lo schermo, il tutto spesso senza uno schema e un senso logico.

Le GIF animate sono uno strumento ottimo, direi addirittura essenziale, ma perché siano efficaci devono essere correlate ai contenuti della pagina. Un ottimo esempio è quello in figura 3. Nel sito Cinema, Cinema! di Sergio Donati all'indirizzo **http://www.mclink.it/mclink/cinema/** non poteva esserci una GIF più azzeccata! Essenziale e chiara. Il bianco e nero ha il duplice scopo di richiamare il buio della sala e di dare un gusto vagamente rétro che ben si addice all'argomento cinematografico. Inoltre l'uso di immagini con soli due colori ne riduce decisamente le dimensioni, rendendo minimi i tempi di attesa e permettendo un'animazione composta da oltre 40 fotogrammi!

Un altro buon esempio è quello del sito del 19° Trofeo Lancia Golf (quello con le mazze, senza uso di ferri ed uncinetti) all'indirizzo **http://www.lancia.com/breve/pag01a.htm** (figura 5). In questo caso la pallina non può che rotolare in buca. Ottimo tiro!

E ancora una cassetta postale animata per la pagina dei contatti (figura 4), un simpatico modo di salutare (figura 6) e un interessante morphing (figura 8).

Un altro modo di utilizzare le GIF animate è quello di vivacizzare il logo di un'azienda che si presenta in rete. Possiamo farlo scintillare, farlo materializzare dal nulla, farlo sorgere da dietro un

Figura 8: Ecco come sarà Brooke Shields tra 60 anni! Un morphing è un'idea simpatica per utilizzare le GIF animate.

altro oggetto, insomma possiamo porlo all'attenzione di chi visita le pagine. Questa attenzione è proprio quanto si aspetta chi pubblica pagine su internet. Le GIF animate aumentano quindi la potenzialità di questo splendido mezzo di comunicazione.

Con le GIF animate possiamo anche organizzare uno slideshow semplicemente immettendo, una di seguito all'altra, delle immagini diverse con un certo tempo di ritardo tra di loro. Tale sistema è stato utilizzato in una delle pagine del sito di lancio della Fiat Marea alla pagina **http://www.fiat.com/i/marea/gallery.htm**. Anche se ristretti nell'ambito dei soli 256 colori, il risultato è decisamente gradevole e di sicuro effetto. Da notare che prima della possibilità di utilizzo delle GIF animate, per raggiungere tale effetto bisognava utilizzare un CGI-bin, con impegno di notevoli risorse da parte del server e del programmatore.

Simpatici, ma da usare con una certa parsimonia per non "involgarire" le nostre pagine, sono quegli effetti che animano piccoli elementi della pagina come stelline, palline rotolanti, frecce che si muovono e chi più ne ha più (non) ne metta.

Ricordatevi sempre e comunque di controllare le dimensioni raggiunte dal vostro file. Un'immagine può essere piccola, ma molte immagini piccole fanno tantissimi byte. Se possibile riducete sempre il numero dei colori. Le GIF animate si prestano ottimamente ad animazioni tipo cartoni animati. In questo caso è spesso possibile costruire ottime immagini utilizzando solo 16 colori.

Per concludere un nuovo tag.

Anche se non si tratta di una vera animazione, per movimentare la vostra pagina potete utilizzare un'estensione del tag IMG: **LOWSRC**. Questa estensione permette di caricare in successione, ed esattamente nella stessa porzione di schermo, due diverse immagini. La sintassi è:

<IMG LOWSRC="immagine1.gif" SRC="immagine2.gif">

L'effetto è interessante e può essere utilizzato, ad esempio per caricare prima un'immagine in bianco e nero, poi la stessa immagine a colori. Comunque vengano utilizzate, le due immagini devono avere uguali dimensioni altrimenti, la seconda, viene stirata o compressa sulle dimensioni della prima.

MS

Dalla teoria alla pratica

Ricevo molte mail che mi chiedono a chi ci si debba rivolgere per poter mettere in rete le proprie pagine.
Una delle possibilità è quella offerta da MC-link con MC-Web.
MC-Web offre tre modalità per essere in rete:
Personal Web Pages: pagine non commerciali riservate agli abbonati di MC-link;
Commercial Web Pages: pagine commerciali con occupazione di disco e volumi di traffico medi;
Enterprise Web Pages: pagine commerciali con occupazione di disco e volumi di traffico più elevati.
I prezzi sono estremamente competitivi (si parte da 100.000!).
Per inserire i dati si possono inviare le pagine già compilate o si può usufruire di un pratico editor per eseguire modifiche direttamente da casa propria. Una versione ulteriormente sofisticata dell'editor sarà disponibile in tempi brevi e, al momento di essere operativo, lo troverete recensito in questa rubrica.
Per ulteriori informazioni potete consultare la pagina
http://www.mclink.it/mcweb.htm

Per chi vuole la pappa pronta

Non avete fantasia? Non avete tempo? Voi e la grafica proprio non andate d'accordo?
Internet vi offre la possibilità di navigare per la rete e di catturare delle GIF animate che gente più brava o volenterosa di voi a messo a disposizione di tutti.

1st Internet Gallery of GIF Animation
http://members.aol.com/royalef/galframe.htm

Addicted to Animated GIFs
http://www.mindspring.com/~labrams/anima/a2anim.htm

All Animated
http://www.grida.no/~knudsen/animated

Animated GIF Collection
http://www.bulgarianet.com/animation/index.html

Animated GIF Collection
http://www.valuu.net/users/caseyb/anpag.html

Animated GIFs
http://www.netscape.com/assist/net_sites/starter/samples/animate.html

Animated GIFs
http://http.tamu.edu:8000/~bkf3908/anim/anim.html

Animated GIFs at the Webmaster's Home
http://www.geocities.com/siliconvalley/7406/welcome.htm

Bill Gavin Free Animated Icons
http://users.aol.com/gstudio/an1.html

Caboodles of Clip Art
http://www.toltbbs.com/~jhudson/clipart.htm

Chuck's GIF Animation Site
http://www.cswnet.com/~czarksof

Dee Dee's Collection
http://www.NorCom.mb.ca/deedee/animat.htm

Denton's animated images testing ground
http://www.wf.net/customers/denton/animate/animated.html

Fairy Suryana's Moving Image Collections Page
http://members.aol.com/bfpro1/private/faymov.html

GIF Animation Designs by ProMotion
http://www.webpromotion.com/stock.html

GIF Animation from all over
http://oscar.teclink.net/~drscs/images/gifga.html

GIF Animation Thrift Shop
http://www.tiac.net/users/stacey/gifshop.html

GIF Animation: A collection
http://web2.airmail.net/nicktg/moving/index.html

GIF Animations
http://www.netm.com/animations/

GIF89a Animations
http://odi.digital.net/~bdw/pages/saucer.html

Help Yourself
http://garnet.acns.fsu.edu/~jjc6370/gifs.html

Martin's Animated GIF Page
http://members.aol.com/Genschmen/animgif.htm

Mikey's Collection of Animated GIFs
http://www.geocities.com/SoHo/1085/

NetKing's GIF/Give & Tell
http://www.netking.com/zak/zak.html

Rose's Animated GIFs
http://www.netusa.net/~rose/animate.htm

Stepping Stones GIF Animation Gallery
http://www.geocities.com/SiliconValley/5114/gallery.html

Tru Realities
http://trureality.com/

Web Animation in GIF 89a
http://members.aol.com/garrybree/index.htm

Negli ultimi mesi non abbiamo fatto altro che leggere e parlare di Internet, di uno standard che ha portato la telematica a tutti, dalle piccole aziende ai comuni, ai professionisti ed agli studenti. Ma proprio ora che tutti ne parlano è il momento di rivedere un po' dove la telematica sta andando, prendendo lo spunto dagli Stati Uniti che in questo campo hanno, negli ultimi mesi, indicato all'Europa il percorso che seguirà la telematica

Il futuro della telematica: Internet?

di Sergio Pillon

Ma è proprio vero che l'offerta dei servizi telematici passerà attraverso Internet? Ed allora la Microsoft, con il Microsoft network previsto per Windows '95 e la Apple, anch'essa con il proprio network per il Mac, occuperanno una piccola nicchia?

Non sembra una cosa probabile ed una analisi attuale di cosa sta accadendo nel paese delle information highway, mostra un qualcosa di diverso dal quello che sta accadendo in Italia.

Internet, vantaggi e svantaggi

Abbiamo ormai parlato fino alla nausea di quello che avviene sulla rete delle reti, ed in modo particolare del WWW, la ragnatela che collega in un unico ipertesto tutti i sistemi che vogliono farne parte; ma si affacciano i limiti per chi vuole realizzare sistemi commerciali che vi si appoggino. Il primo importante è la relativa «insicurezza» del sistema; in molti casi mi viene in mente la capanna di paglia dei tre porcellini, che, avendo scoperto che il lupo può soffiarla via, tentano di puntellarla con ogni strumento possibile non potendo ricostruirla in cemento armato. Il paragone forse è un po' immaginifico ma la soluzione proposta da vari fornitori di servizi di rete è stata proprio questa, cercare di sovrapporre agli standard HTTP e HTML (Hyper Text Transfer Protocol e Hyper Text Markup Language, quelli che hanno reso internet simile... all'help di Windows) usato in World Wide Web, una serie di procedure di sicurezza, che a loro volta si debbono appoggiare su altre generali dei sistemi connessi in TCP/IP, che hanno altri problemi ancora, eccetera.

Ed ecco che i servizi commerciali disponibili su WWW, ed in particolare quelli ad abbonamento, sono ben poco sicuri e soffrono di grossi problemi nell'uso delle carte di credito, perché è possibile in teoria ma purtroppo anche in pratica intercettare i dati della carta per poi riutilizzarli a piacimento. Ed ecco che è comparso il denaro elettronico, altra complicazione, che richiede un software a parte per gestire le transazioni commerciali.

Inoltre è complesso anche fornire un servizio che richiede username e password sotto WWW perché questi dati vengono scambiati in chiaro e solo la prima volta durante la sessione, poi ogni controllo finisce.

Quindi il primo problema è il problema della sicurezza. Ed ecco che il protocollo SHTTP, (Secure Hyper Text Transfer Protocol) figlio dell'HTTP stenta a decollare, preceduto da infiniti sottostandard che tentano di imporsi.

Un altro problema di Internet e del World Wide Web in particolare è legato alla sua stessa causa di successo: l'essere indifferente dalla piattaforma hardware e software su cui è installato,

Figura 1
Il Web Server di Compuserve: vedete che si tratta proprio di una pagina di pubblicità interattiva, anzi direi un buon esempio. I servizi, quelli normali, sono solo per gli abbonati. Qui si trova un «assaggio» un'idea che invoglia ed incuriosisce.

con software naturalmente specifici ma in grado di supportare in modo quasi completamente trasparente le applicazioni. E questo porta ad esempio a trasferire suoni principalmente a 16 bit, con occupazioni di spazio (e di tempo) enormi, quando per il discorso del Presidente degli Stati Uniti (**http://www.-whitehouse.gov**) se si fosse scelto un campionamento ad 8 bit se ne sarebbe dimezzato sia l'occupazione di spazio, sia tempo di trasferimento, con un risultato per chi ascolta praticamente indistinguibile dalla versione a 16 bit.

E le immagini? E stato scelto il formato GIF (Graphic Interchange Format) e subito è nata una disputa se si debbano o no pagare i diritti di autore che qualcuno sta rivendicando, come avete letto nei numeri precedenti. Sì, indubbiamente esistono formati diversi, esiste il JPEG, il frattale, ma siamo al di fuori dello standard.

Questo è dovuto al fatto che le applicazioni nascono su server da centro di calcolo, macchine UNIX con Xwindows, SUN stations, DEC alpha, VMS e non considerano che più dell' 80% del mercato dei sistemi operativi dei singoli utenti è... Windows, magari OS2, Macintosh. Ed ecco così che uno standard che si deve portare dietro un peso così grande, come quello dei sistemi da centro di calcolo, ma che invece è diretto in massima parte ad utenti con PC e Mac, porta inevitabilmente ad un sottoutilizzo enorme delle possibilità teoriche ma anche pratiche.

Figura 2
Ecco come appare Compuserve per chi preferisce usare la «navigazione grafica», con Windows. Semplice, ad icone e la cosa più divertente è che il tutto si «appoggia» sul vecchio sistema che non prevedeva neppure la grafica ANSI. Una buona idea, alcuni programmatori intelligenti e...

Le applicazioni su Internet attuali sono dei veri client-server?

In ultimo la mancanza di vera possibilità di client-server che esiste in questo standard. Vi spiego in poche parole cosa si intende per client server in questo campo specifico: se io debbo mostrare qualcosa all'utente non debbo necessariamente farla eseguire sul mio computer ma posso inviare i dati al ricevente che li tratterà con il programma che li riceve sul suo computer. Ottengo un carico molto inferiore sul mio sistema e la possibilità di realizzare infinite modifiche, a patto di usare il client che lo permetta. (In questo caso è Mosaic o Netscape, Internetworks, Air Mosaic, Quarteck Mosaic o qualsiasi altro che abbia scelto di usare). Già, ma se io volessi creare un menu ad icone, una serie di finestre, un aiuto nel documento, usare sequenze di tasti ?

Tutto si può fare ma con un grosso carico di trasferimento di dati, perché le icone le dovrei inviare tutte come gif, poi non potrei aprire delle finestre, a meno di non inviare come gif tutta l'area di lavoro od almeno ogni finestra. E per realizzare delle icone nelle finestre? Insomma, per farla breve non posso sfruttare quello che nel sistema è già presente proprio perché per mantenere lo standard le possibilità del server di eseguire applicazioni e collegarsi a proprie routine del sistema operativo non esiste. L'unica cosa che è possibile fare è trattare diversamente i file a seconda del suffisso che hanno e quindi lanciare l'applicazione in grado di gestirlo. Questo lo faceva quattro anni fa un programma che utilizzava lo Zmodem per trasferire i file che si chiamava (anzi credo si chiami ancora...) Giflink; li visualizzava al volo mentre arrivavano ed il tutto anche su un 286 e rigorosamente sotto DOS.

Insomma permettetemi di fare un po' la parte dell'avvocato del diavolo (il religioso che nei processi per la beatificazione sosteneva «l'accusa»): questi browser HTML occupano qualche mega di disco rigido, richiedono almeno 8 Mb di RAM per funzionare, usano il disco rigido come un ventilatore, sempre in funzione, ma non è che facciano molto, all'incirca quello che fa Write per Windows. In ultimo un grosso problema è la «non scalabilità» delle immagini: per spiegarmi meglio se io voglio fare un menu impostato sulla grafica avrò sicuramente che chi usa la risoluzione 640x480 vedrà delle immagini e dei titoli giganti, chi usa 1024x764 dei francobolli. Certo, è ovvio, si tratta di gif che quindi non vengono certo scalate in base alla risoluzione, l'header ha quelle dimensioni e non tutti i browser permettono di cambiarlo, ma certamente è una bella schifezza in termini di comprensibilità grafica e comodità d'uso!

The Electronic Mall/Shopping
The Electronic Mall/Shopping
BASIC PRODUCTS
The Electronic MALL (R) (FREE)
SHOPPERS ADVANTAGE Club (FREE)
Order From CompuServe (FREE)
Online Inquiry (FREE)
Consumer Reports
CompuServe Classifieds
EXTENDED PRODUCTS
CompuServeCD Online (FREE)
SOFTEX (sm) Software Catalog +
New Car Showroom +
Consumer Advocate Forum +
CIS:SHOPPING
Select
Cancel

Figura 3
Un po' più «all'interno», nei servizi sempre con la grafica che semplifica la vita dei neofiti. Pensate che si tratta di un sistema con più di un milione di abbonati! Se avesse cambiato lo standard avrebbe creato almeno il 50% di scontenti, almeno 500.000 che avrebbero protestato... meglio aggiungere la grafica, senza togliere nulla a chi vuole continuare ad usare il suo vecchio 286 od addirittura un 8086.

Soluzioni e proposte per il futuro: CompuServe

Ecco che al di fuori dell'Europa le scelte che i fornitori di informazione e di servizi telematici hanno fatto sono state più articolate; CompuServe, la più grande BBS del mondo, con alcuni milioni di utenti, ha scelto di continuare a mante-

nere la propria struttura, probabilmente anche per le difficoltà oggettive a modificarla (figg. 1-2-3). In realtà CompuServe ha fatto realizzare un client specifico che contiene le icone, sfrutta le finestre, lancia le applicazioni e permette la navigazione assistita nell'oceano Compuserve senza avere nessuna compatibilità con l'HTML, addirittura non ha bisogno di una connessione SLIP o PPP ma basta una semplicissima emulazione terminale e Windows. Questo consente agli utenti meno esperti, quelli forniti di computer con poca memoria RAM, quelli che non hanno un provider che fornisce il TCP/IP (il protocollo alla base di Internet), di collegarsi, accedere ai servizi, effettuare transazioni ed acquisti on-line senza complicazioni particolari.

Naturalmente questa è stata una scelta estremista in senso opposto perché gli abbonati hanno dovuto reclamare a gran voce la possibilità di «uscire» attraverso CompuServe su Internet e questo è avvenuto circa un anno fa. Moltissimi uffici pubblici e piccole aziende americane erano collegate a CompuServe, che usavano per le proprie necessita e di questi erano sicuramente una minoranza quelli che disponevano e dispongono tuttora di macchine 80486 con 8 Mb di RAM ed addirittura c'era e c'è chi continua ad usare il DOS per collegarsi. Questo non significa che Compuserve non abbia un proprio Web server (**http://www.compuserve.com**), che usa principalmente per presentarsi agli utenti WWW, e neppure che non si stiano pianificando le possibilità di offrire alcuni servizi su Web; ma principalmente rimane quella di sempre, godendo dei propri vantaggi rispetto all'HTML e soffrendo di minimi svantaggi. Il principale vantaggio/svantaggio, cioè la possibilità di accedervi da tutto il mondo se si è su Internet in WWW, è stato superato dando la possibilità di accedere via Telnet, collegandosi cioè attraverso un fornitore di connettività che offra questo servizio anche a chi si collega in DOS.

Dopo il collegamento si lancia il Browser, che ovviamente non è Mosaic né Netscape ma si chiama WinCim nella versione per Windows, et voilà, ecco apparire il menu con tutte le icone al posto giusto.

Costi e servizi

Facciamo una piccola prova comparativa, con l'aiuto di PC-Computing, uno dei best-seller Americani che ha recentemente condotto un'inchiesta: i costi.

Il costo medio di un accesso completo (posta elettronica, news, TCP/IP) con un modem a 14.400 è tra i 25 ed i 45 dollari al mese, con costi aggiuntivi per il consumo se si supera un certo traffico (tra le 20 e le 50 ore mensili) per finire a 250-300$ al massimo per il traffico illimitato.

America On-Line parte da 9.95$ dollari al mese, Prodigy da 14.95$, Compuserve 8.95$ per il basic plan (che offre pochino ma aggiungendo l'opzione executive si sale a 18.95$). Il problema vero di Compuserve è che il costo di molti servizi si aggiunge a quello dell'abbonamento ogni volta che si usano ed ecco che si arriva con facilità a 100$ mensili.

Tenete presente che il valore REALE del dollaro per l'americano medio corrisponde alle nostre mille lire e non alle 1670 che vale in questo momento da noi. Per chiarirmi meglio uno stipendio di 2000$ dollari mensili è uno stipendio normale di un impiegato e non certo di un dirigente, pur se da noi sarebbe invidiato dalla maggior parte degli impiegati!

Per il Manager

I servizi che possono aiutare un manager nelle decisioni fornendo informazioni sono una fetta importantissima dei servizi on line, vediamo chi è il migliore:

Per i servizi finanziari i migliori, nella ricerca del giornale Americano, per costo di accesso sono Internet ed America On-Line. Il primo permette di evitare costi nascosti ed il secondo parte da tariffe veramente basse. Come quantità e varietà di sorgenti di dati Internet e Compuserve sono i migliori, per la varietà dei fornitori di informazioni il primo, per la serietà e le possibilità di gestione finanziaria Compuserve; insomma Internet al primo posto nei servizi finanziari.

Nei servizi di valutazione di tendenza, servizi che sono molto importanti per manager che debbano fare investimenti e vogliano usare dei servizi on-line per cercare di capire dove va il mercato, il primo tra i fornitori sembra proprio America On-Line, sia per la varietà delle fonti di informazione che per la semplicità d'uso e di ricerca, uno strumento che in effetti su Internet è ancora piuttosto primitivo. Per osservare quello che fanno le aziende, Internet vince la palma del primo, sia per quantità di risorse che per l'usabilità delle stesse mentre ovviamente sul piano dei costi America-On Line è al primo posto.

Realizzare affari on-line

Per la ricerca di personale tutti i sistemi sono stati piuttosto efficienti, con la palma del costo sempre ad America On-Line, ma Internet è al primo posto per velocità e numero di contatti, mentre Compuserve per le tradizioni consolidate nel fornire il servizio.

Per il marketing e la pubblicità ecco che la palma del costo più basso passa ad... Internet. Infatti visti dalla parte delle aziende che vogliono mostrarsi sulla rete i costi dei vari AOL, Prodigy, Compuserve, diventano nettamente superiori.

AOL non ha standard di prezzo e valuta di volta in volta le tariffe per questi servizi, Compuserve parte da 20.000$ annui più il 2% del ricavato dalla vendita on-line, Prodigy permette cataloghi con bella veste grafica ma parte da 18.000$ a 22.000$, da 4500$ a 7500$ per realizzare un catalogo, 2% sul venduto con un minimo di 3000$ mensili.

D'altro canto, costi a parte Prodigy è quello che ha un feedback accuratissimo e nasce prevalentemente per questo scopo.

Alla fine per vendere od offrire servizi il più semplice da raggiungere è America On-Line, il più semplice da installare ed aggiornare è su INTERNET, il più facile da usare è Prodigy ma quello che per ora dà un migliore ritorno dell'investimento è... Compuserve.

Per l'utente il posto migliore dove acquistare è invece America On-Line sia per il basso costo di collegamento che per la semplicità d'uso.

Apple e Microsoft

Qualcuno ha detto che stanno nascendo le reti di «II livello», che si appoggiano cioè al TCP/IP per lo standard ma usano applicazioni dedicate e trattamento delle informazioni al di fuori dello standard Internet normalmente usato, e di queste sono un esempio lampante le reti proprietarie che sia Microsoft che Apple stanno lanciando. Si parla di investimenti complessivi pari al bilancio di una piccola nazione che porteranno, nel caso di Microsoft, addirittura alla realizzazione di una rete di satelliti a copertura mondiale.

Per scendere con i piedi a terra, il concetto espresso precedentemente trova la sua espressone in questi network: usano lo standard attuale di rete ma nascono per fornire servizi, addirittura offriranno le BBS, che tornano ad essere quello che il significato letterale del termine lascia intendere: tabelloni dove affiggere messaggi su argomenti specifici.

Difficile da capire ora in Italia dove le BBS in realtà sono ognuna la somma di molte BBS secondo questo concetto. Confusi? Poco male, basta pensare ad ogni area di conferenza come un singolo tabellone dove si discute di quell'argomento, che so, la BBS sulle reti civiche italiane, la BBS dove si compra e si vende, la BBS dove si discute di ambiente. Un tabellone=un'area di discus-

Figura 4
Prodigy, almeno vista attraverso il Web server. Qui si tratta di pubblicità ma anche di alcuni servizi, che vengono offerti sia sul WWW che sul sistema proprietario.

Figura 5
La filosofia è sempre la stessa, servizi, che verranno seguiti meglio dai propri abbonati con il client specifico ma anche chi accede da INTERNET può averne un'idea. Eccoli elencati in questa pagina dimostrativa, dal tempo alle news e così via.

sione=una BBS. Questa scelta, che all'inizio lascia un po' confusi, è quella fatta dalla Microsoft per il suo network che offrirà servizi, aggiornamenti dei prodotti, informazioni, chat, compro e vendo, insomma dalle prime impressioni un CompuServe su scala internazionale per gli utenti di Windows, un mercato che rappresenta la maggioranza del mercato mondiale.

Anche la Apple si sta muovendo sulla stessa strada, partendo per altro da sistemi che già nascevano da alcuni anni fatti per interconnettersi e da una preparazione degli utenti probabilmente maggiore, avendo un'esperienza di lunga data (2 anni in questo campo si possono chiamare sicuramente così...) per l'offerta di servizi specifici sul proprio network.

Naturalmente questi sistemi nascono pensati per migliorare la sicurezza anche delle transazioni commerciali, consentendo l'uso delle carte di credito ed un acquisto per via elettronica più sicuro, sfruttano tecniche di compressione dati per il trasferimento di file che possono essere compressi, una posta elettronica molto più semplice da usare e che soprattutto diventa integrata e trasparente allo stesso sistema di posta elettronica interna dell'azienda. Infatti sfruttano la stessa applicazione usata sulla rete interna per la rete esterna, insomma la mail di Windows diventa anche la Mail del Microsoft Network e la mail per Internet; permettono l'invio di file acclusi al messaggio in modo semplice per l'utente, semplicemente con il drag and drop (lo si clicca e si trascina nel messaggio).

Non che questo non sia possibile attualmente: Eudora, uno dei programmi più diffusi per la posta elettronica lo fa, a patto che si disponga di un provider che oltre alla connettività con il TCP/IP fornisca anche un server POP3 per la gestione della posta; ma come avete capito dai nomi e dagli «a patto, ma» che ho dovuto usare, non è proprio alla portata di tutti con un click del mouse, richiede l'installazione di software specifico e di competenze. E così le «reti di II livello» si sovrapporranno ad Internet, probabilmente a partire da metà dell'anno in corso e lentamente cominceranno a cercarsi il proprio spazio

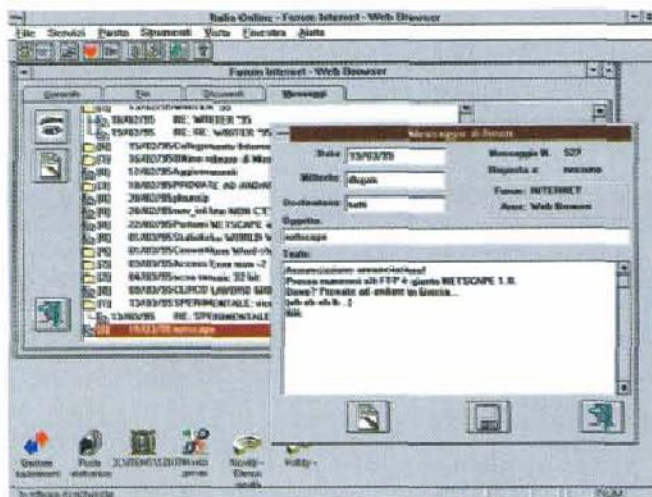
America On-Line, Prodigy

La nascita di AOL, è stata annunciata negli USA come la prima vera connettività per tutti. Tariffe aggressive, semplicità di registrazione, grossa diffusione in tutti gli States. Sicuramente avrete letto in qualche newsgroup l'indirizzo xxxx@aol.com ed era ovviamente un utente di America On-Line.

E nata quasi altrettanto immediatamente una forma di snobismo per cui quando qualcuno che viene da AOL dice o fa qualcosa di scorretto si dice «ecco, certo, bisognerebbe impedire l'accesso ai selvaggi di America On-Line».

Questo perché la connettività di massa porta inevitabilmente una massa di persone, per la maggior parte giovani con pochi soldi in tasca, oppure perso-

Figura 6
Italia On-Line. Sullo sfondo il Web Server, in primo piano il client. Forum, servizi, posta, divisi in cartelline, di accesso semplice anche per i «non addetti».

Figura 7
La posta, le aree di discussione, la mailbox con la possibilità di inviare anche file. Si tratta di uno dei «goal» principali di IOL che offre a 5000 lire al mese mezz'ora di connessione ed un traffico di messaggi di posta, ancora da definire con certezza mentre scrivo, si parla di 100 al mese, vedremo....

ne totalmente inesperte di Internet, ad accedere, digiune delle norme base di comportamento, alla rete.

Ed ecco che cercano di vendere nei newsgroup dedicati alla discussione, sembrano petulanti, eccetera. Ma esaminiamo dal punto di vista tecnico America On-Line: il dischetto viene venduto per pochi dollari, il client è specifico, per windows e permette con poche risorse delle funzioni piuttosto sofisticate, offre per i propri utenti una serie di servizi normalmente non disponibili su WEB, ha una capacità grafica nettamente superiore. Prodigy, (figg. 4-5) pur se più giovane e più piccolo offre servizi analoghi. Naturalmente esiste per gli abbonati la possibilità di accedere ad Internet in modo trasparente, attraverso il WWW.

Italia On-Line

Una soluzione simile a quella americana è in arrivo anche da noi, con Italia On-Line che sarà attiva quando leggerete queste pagine.

Ho avuto la possibilità di provarla e mi sembra una buona idea: si impostano i parametri, il nome, il telefono, la password ed il sistema si collega automaticamente. Alla connessione appaiono i forum ed i servizi di IOL (fig. 6) ma contemporaneamente si è attivato il PPP. Insomma siamo connessi anche in INTERNET e possiamo eseguire contemporaneamente il nostro Mosaic o Netscape, mentre stiamo leggendo la posta (xxx@iol.it sarà il nostro indirizzo, fig. 7), fare il telnet o l'FTP. Una connessione full-Internet, con il PPP, più sofisticato e veloce dello SLIP, assieme ai servizi ed alla posta, dove è possibile anche accludere file, con i forum, le conferenze e le aree file di qualsiasi sistema telematico «serio». I limiti possibili potrebbero essere la relativa lentezza delle linee (IOL non nasce avendo come scopo primario quello di fornire INTERNET, ma i propri servizi) di connessione con il resto del mondo, in ragione dell'affollamento previsto, e per ora, i contenuti che dovranno riempire il «contenitore» IOL, per ora piuttosto «vuoto».

Le conclusioni

In modo più dettagliato le potrete leggere nel riquadro che entra maggiormente nei particolari di una ricerca condotta negli USA ma il discorso generale è valido in tutto il mondo: attualmente esiste uno standard, Internet, sul quale si appoggiano, si sono appoggiati e si appoggeranno decine di network che useranno la rete per mantenere la propria compatibilità; la soluzione buona per tutti ancora non esiste ma anche in Italia sta nascendo una situazione analoga. Esistono i vecchi fornitori di informazione, come Agorà ed MC-link a Roma, Galactica a Milano, che continuano ad offrire i propri servizi ad utenti che, dopo un primo tuffo entusiastico nell'oceano, preferiscono tuffarsi spesso anche nella propria piscina che non è detto che sia peggiore dell'oceano, anche se non offre certo le stesse sensazioni. Il primo grosso network nazionale diverso da Internet sembra che sarà proprio Italia On-Line, che nasce sulla falsariga di America On-Line, con offerta di servizi che pian piano cresceranno, legati ad un proprio client per windows ma anche accessibili attraverso il WWW.

La mia opinione è che queste strade «personali» di realizzare reti che appoggino su Internet senza esserne vittime siano una validissima alternativa per molti servizi che non potrebbero essere realizzati proprio per i grossi limiti dello standard. Nessuna di queste altre reti, credo, determinerà la morte dell'altra ma continueranno a convivere, ognuna con le proprie idiosincrasie e vantaggi.

Internet ha portato uno standard, la telematica in casa di tutti ma le reti che ci si stanno appoggiando sopra, almeno sulla carta, promettono molto, insomma ora che la rete è fatta bisogna sviluppare i modi di percorrerla. La vera scommessa per le aziende e per chi vorrà accedere sarà capire cosa sarà meglio nei vari campi, mi metto su Internet o mi rivolgo ad IOL, ma se mi rivolgessi ad MC-link? E se volessi entrare nel mercato Americano e mi rivolgessi ad America On-Line? Conviene aspettare l'arrivo del Microsoft network o del network Apple? Una serie di strade confuse, in cui le domande superano certamente le risposte. Tra poco forse le cose saranno più chiare.

Sergio Pillon è raggiungibile su MC-link all'indirizzo mc2434 o su internet all'indirizzo pillon@mclink.

Il CD-ROM multipiattaforma (PC/Mac) allegato a MC-digest DIGITAL IMAGING contiene anche le versioni demo (tryout) di Adobe Photoshop per Windows e Mac e di Adobe Illustrator per Mac.

Centoventotto pagine di articoli di attualità, prove di prodotti, reportage di mostre ed articoli teorici e pratici sulle tecniche di elaborazione digitale delle immagini. Il CD-ROM permette di ricercare, visualizzare, stampare gli articoli di fotografia digitale pubblicati su MCmicrocomputer e contiene anche le immagini ad alta risoluzione utilizzate nella rubrica "Digital Imaging".

In omaggio un CD-ROM Windows con dieci programmi PD-Shareware e le versioni demo di AXA PRODUCER, GENIE FOR ALLADIN, SCENE STEALER, MONTAGE INTERACTIVE, VITEC VIDEOCLIP.

Il temi dell'integrazione del computer con il video esaminati mediante prove di prodotti, articoli teorici e pratici: dalla compressione digitale video e audio alle tecniche di riduzione data-rate; dagli standard MPC e MPC2 al Multimedia Publishing. Un prodotto completo per creare slideshow, animazioni e piccoli film sul proprio personal computer.

Nel CD-ROM allegato a MC digest n.3 troverete, oltre alla versione elettronica (testi e immagini) degli articoli presenti nel fascicolo, un completo database con l'archivio di tutti i prodotti multimediali provati da MCmicrocomputer.

Numero monografico interamente dedicato al mondo dei CD-ROM. Contiene decine e decine di recensioni di prodotti multimediali di ogni genere e tipo, dai giochi alle enciclopedie, dai soggetti storici agli atlanti geografici, senza tralasciare cinema, scienza, musei, didattica, musica, pittura, gastronomia.

Per acquistare MC-digest compilate il tagliando e inviatelo a:

Technimedia srl - Ufficio Diffusione - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma - Tel. (06) 41.89.21 - Fax (06) 41.73.2169

*Vogliate spedire al seguente indirizzo i numeri di **MC-digest** indicati:*

❑ MC-digest n.1 - "Digital Imaging"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 25.000**	Quantità	Totale ....
❑ MC-digest n.2 - "Computer&Video"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 25.000**	Quantità	Totale ....
❑ MC-digest n.3 - "CD-ROM Gallery"	**Prezzo Unitario:**	**Lit. 19.000**	Quantità	Totale ....

Cognome e Nome ....

Indirizzo ....

CAP .... Città .... Prov. .... Telefono ....

Pagherò Lit. .... e pertanto

❑ Allego fotocopia del versamento sul c/c postale n. 14414007 intestato a : Technimedia srl - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

❑ Allego versamento a mezzo vaglia postale intestato a: Technimedia srl - Via Carlo Perrier, 9 - 00157 Roma

❑ Allego assegno intestato a Technimedia srl

❑ Pagherò con Carta di Credito ❑ CartaSi ❑ Diners ❑ American Express

N. .... Scad. .... intestata a: ....

Indirizzo ....

CAP .... Città .... Prov. .... Firma ....

a cura di Corrado Giustozzi

Le novità, il futuro, la realtà virtuale?

Un titolo complesso e forse provocatorio per una rubrica sulla telematica. In effetti, vista anche la ancora fresca esperienza del Comdex fall di Las Vegas, quello che ci dicevamo con un amico ormai sei mesi fa, «... non saremo dei visionari? Non sarà che questa esperienza Internet è un fuoco di paglia, destinato a spegnersi tra breve?», sembra distante anni invece che mesi. Eccomi questo mese a raccontarvi alcune nuove applicazioni, probabilmente realtà all'uscita dell'articolo in edicola

di Sergio Pillon

Stavo passeggiando al Comdex, tra gli stand del centro dell'esposizione (250.000 partecipanti, tutti «addetti ai lavori», come se tutta Perugia, periferia compresa, si fosse trasferita a Las Vegas...) quando nello spazio IBM mi colpiva un ingegnere della premiata ditta Internazionale di Macchine per Ufficio che stava parlando con un giapponese di «mondi virtuali».

Strana la sede, strano l'interlocutore, un distinto ingegnere in completo grigio antracite e così la curiosità mi ha spinto a lasciare la fila che stavo facendo da una mezz'ora per avvicinarmi a vedere cosa stavano mostrando. Ed eccoli, collegati a due computer in Internet con modem 14.400, che muovevano due personaggi in giacca e cravatta in una specie di Doom dove ognuno vedeva l'altro, senza mostri od armi, ma solo monumenti e biblioteche. La cosa curiosa è che ognuno aveva un grande cartello sulla testa con scritto sopra il proprio nome.

Da Doom alla realtà virtuale

Non sono un grande esperto di realtà virtuale, i miei esperimenti su Internet risalgono ad una plug-in di Netscape di VRML (Virtual Reality Markup Language) ed anche ad alcune prove, di cui avete letto già nella rivista, con la plug-in VRML di Microsoft Internet explorer. Indubbiamente trovo molto più realistica la realtà virtuale di Doom, senza 3D reale e varie piuttosto che quella dei programmi che usano file VRML, belli tecnicamente ma se provati dai miei «tester» preferiti, moglie e figlio, giudicati noiosi, poco interattivi e spaventosamente lenti.

Insomma il vero trucco dei giochi della ID e della strada che hanno aperto è che quando due o più persone stanno giocando assieme le informazioni che passano sulla linea non sono poi moltissime perché gli sfondi, le texture, i disegni alle pareti sono contenuti nel PC di ognuno dei giocatori!

In questo modo io e mio figlio giochiamo con il portatile ed il desktop interminabili partite in cooperazione, e debbo dire che l'effetto «realtà virtuale» è tale da farmi sobbalzare quando per sbaglio mi passa davanti e si prende una fucilata mentre stiamo entrando in qualche stanza... Insomma in questo caso mi dimentico la tecnica e la tecnologia e mi riferisco al risultato finale, appassionante.

Figura 1 - Il web server dei mondi virtuali. In questo caso costituisce la porta di ingresso della comunità Internet alla Worlds Inc. anzi la dogana!

Il Censis, uno dei maggiori centri di studi sociali italiani, ha appena pubblicato il rapporto sulla situazione sociale del Paese 1995, un volume di oltre 500 pagine che dice a noi, ma soprattutto alla classe politica ed industriale, come è fatta l'Italia sociale del 1995. Il titolo della parte che ci riguarda è *«La fuga nelle reti»*, ed è inserito, udite, udite, nel capitolo *«Le regressioni della società densa nel vuoto della politica»*!

La fuga nelle reti

Insomma secondo chi ci dice chi siamo e cosa pensiamo veramente esiste un vuoto politico, esiste una società dove si ristagna, dove non si cambia, né sul lavoro,

nè nei rapporti, neppure nella politica ed ecco che «... *la domanda di reti per come si configura oggi nel nostro paese appare ancora involuta, socialmente poco strutturata, oltre che fortemente circoscritta*». Inoltre «... *l'idea di poter aumentare il proprio potere sociale attraverso l'accesso in tempo reale a servizi di informazioni (...) ... hanno fortemente sollecitato l'interesse e l'immaginario di una collettività fortemente provata dalla stagnazione dei processi di mobilità sociale. Per la quasi totalità del corpo sociale, tali aspettative sono destinate a restare insoddisfatte a lungo e la fuga nelle reti rappresenta ancora, semplicemente, una nuova frontiera dell'immaginario collettivo*».

Pensate ora di essere ai tempi dei

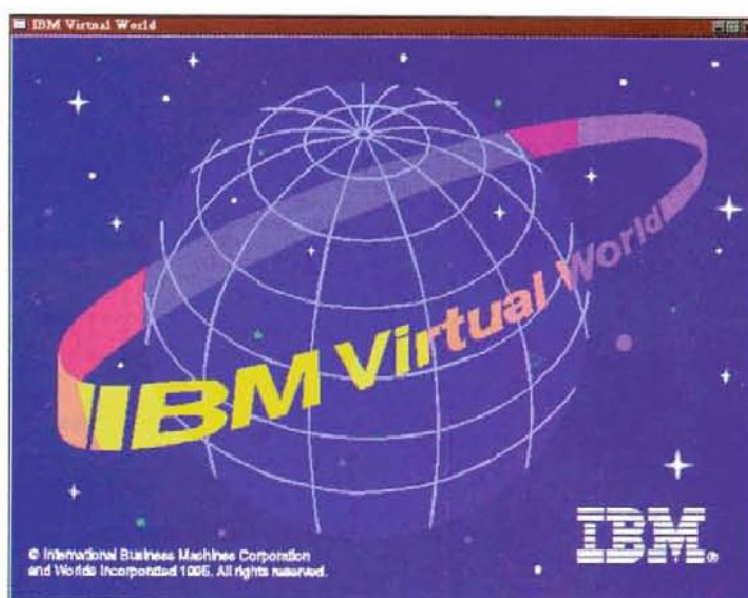



Figura 2 - Non mi sembra ci siano dubbi: la IBM sta entrando nel mondo del VRML+

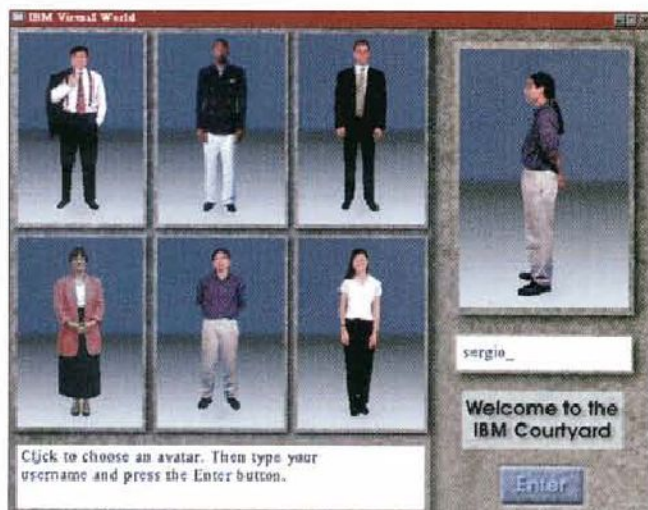



Figura 3 - Questa è la versione beta che mi hanno dato a novembre, all'ingresso del mondo virtuale. I personaggi non sono molti ma diventeranno moltissimi; ho selezionato un personaggio, indicato il mio nome e sono pronto per il teletrasporto.

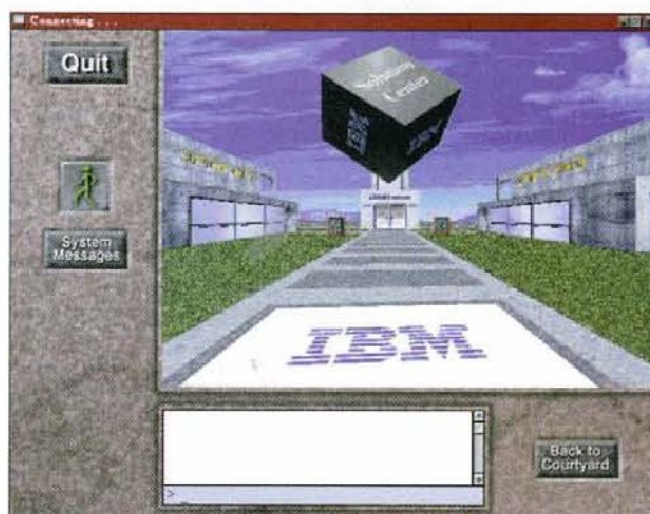



Figura 4 - Arrivato, sono nel cortile d'ingresso, vedete in fondo altri edifici da esplorare, i passaggi ad altri «cortili», piazze e strade virtuali.

Figura 5 - I personaggi di Worlds Chat sono molto più articolati, la galleria dei personaggi è più ricca ed anche più «folle».

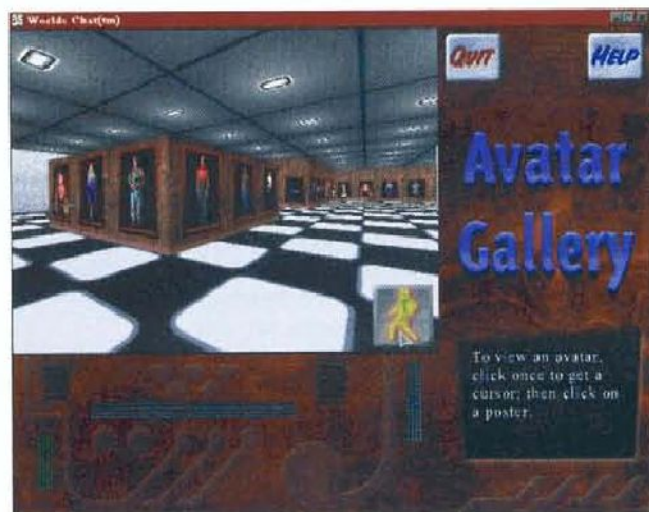



Figura 6 - Il web server del chat virtuale, indubbiamente molto più piatto ma anche da qui la porta d'ingresso al nuovo mondo, potendo prelevare il client VRML+

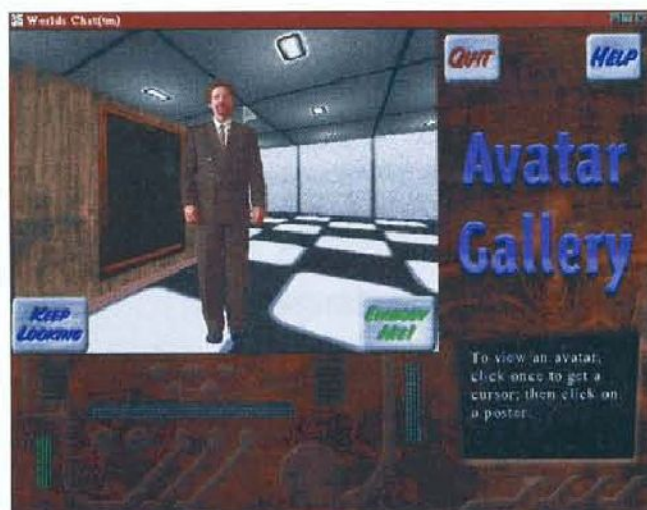



Figura 7 - Indubbiamente somiglia più a Corrado (Giustozzi) che a me, ma posso farmi un giro da magro, in doppio petto, senza spendere nulla per vestiti costosi.

fratelli Lumiere e parlate del cinema... perfetto, ci si adatta a pennello! E se fossimo a parlare della trasmissione di onde radio? Perfetto, ci si adatta a pennello!

A voi decidere se i mondi virtuali che si stanno affacciando sulla rete vi vedono coinvolti in una fuga dalla tristezza quotidiana, io da parte mia comincerò a considerare queste affermazioni interessanti quando chi si occupa di studi sociali metterà il proprio indirizzo di posta elettronica in fondo al rapporto, o magari quando vedremo la URL **http://www.censis.it** rispondere qualcosa di diverso da «Not Found»! Mi basterebbe anche solo che una ricerca con **lycos** o **pathfinder** ne trovasse traccia... però mi sembra uno spunto interessante per parlare di mondi virtuali.

Ma esiste un Virtual World?

Intanto esiste la Worlds Inc; dove lavora Cristopher Dean, Alphaworld evangelist, al 605 Market St., 14 Floor San Francisco, CA 94105, USA. In effetti esiste anche un Web che si chiama **www.worlds.net**, (fig. 1) insomma siamo a buon punto, ma diventa più interessante se aggiungiamo un ritaglio del Wall Street Journal, dal Titolo: *«Le banche virtuali stanno arrivando su Internet attraverso VISA e Worlds Inc.»* L'ultima tessera del mosaico è fatta dall'inizio della nostra storia, i due serissimi tecnici che «navigavano» in un mondo virtuale (fig. 2).

Insomma ecco, il VRML+, il nuovo linguaggio annunciato nell'agosto ultimo scorso da IBM e Worlds Inc.; un comunicato dell'ottobre annuncia che la MGM si lega alla Worlds per realizzare un luogo dove giocare assieme; People World, un servizio on-line giapponese con 500.000 abbonati, realizza Peoplespace, il primo servizio 3D in Giappone; la IBM che offre la possibilità di uffici virtuali per conferenze private, chat in luoghi pubblici, eventi on-line, una libreria con l'aspetto della libreria dove i surfisti di Internet potranno muoversi e prendere libri (file), collegarsi a luoghi di informazione, il tutto interfacciandosi con il caro, buon vecchio HTML, Netscape o WebExplorer che sia.

Insomma, qualcosa che fa sembrare il vecchio Web, i newsgroup, il chat, l'IRC e le BBS simili alle automobili dei nonni.

Ma come funziona tutto ciò?

Nel solito vecchio modo: una connessione ad Internet nemmeno troppo

veloce e poi si lancia il client, Virtual World invece di Netscape. Si sceglie il personaggio che si vuole essere (fig. 3) (ma sarà possibile riprendersi con una telecamera od una foto ed essere «reali»), si entra... ed è come giocare tutti assieme ad un Doom, una realtà 3d affascinante e semplice. Tecnicamente il nostro client si connette con il server del mondo virtuale e da lì si inizia a passeggiare, con tanto di suoni, il vento e gli uccellini se si è all'aperto (fig. 4), rumore di fondo nello spazio...

Insomma una fuga nella rete od il vecchio sogno del teletrasporto, della fine delle frontiere sociali, razziali, di spazio; io penso ad una rete civica, ad un server del governo, a musei virtuali, ma anche ai supermarket od alle vendite per corrispondenza.

Per ora esiste il chat, che si chiama Worlds Chat (figg. 5, 6 e 7). Il client permette di selezionare tra personaggi completamente diversi, da pesci a farfalle, ragazze sexy o seri professionisti; io mi sono trovato a parlare (o meglio chattare..., digitando il testo sulla tastiera) con un pinguino (fig. 8) e l'effetto è così trascinante che chi sceglie di essere un personaggio «sexy» ha sempre molte richieste di conversazione. Poi esistono varie stanze, nelle quali si parla di vari argomenti e sono le tradizionali aree chat, sempre però con lo stesso effetto, si aggiunge al parlato il movimento.

Nelle stanze sono disponibili spazi pubblicitari, spazi per annunci, ed anche per link a diversi altri mondi; esistono porte e scale mobili ma molte delle

Figura 8 - È possibile vedersi anche dall'esterno ed eccomi a parlare con un pinguino, nella stanza della tecnologia, nel vuoto spaziale...

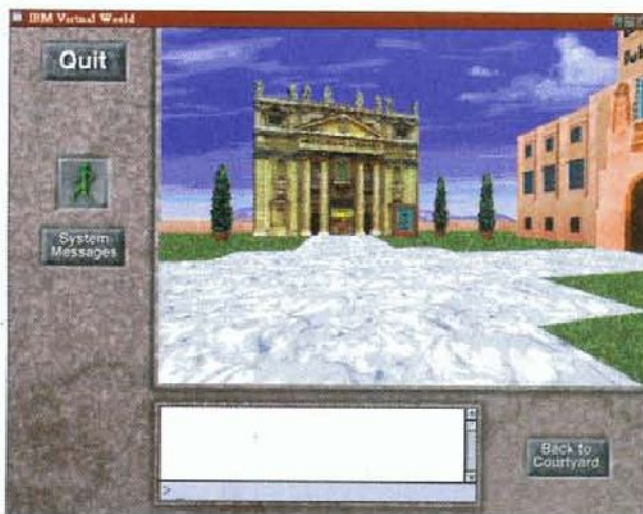
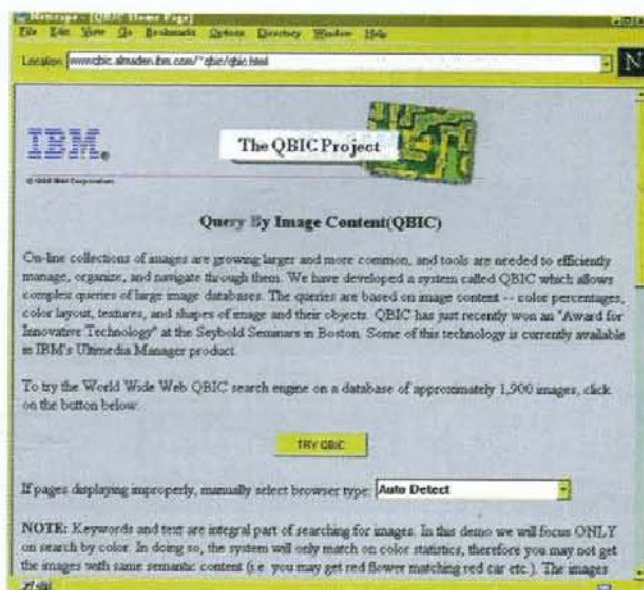



Figura 9 - Conoscete questo edificio? Sembra somigliare alla facciata di San Pietro..., attualmente è solo un edificio storico ma forse, in un futuro, chissà..

Figura 10 - Sono entrato in un edificio, in fondo posso assistere ad una mostra fotografica, basta cliccare e....

Figura 11 - Ecco che si avvia netscape, certo per interrogare un data base è molto più comodo usare quella che oggi viene definita la prima GUI (Graphical User Interface) universale, appare uguale su tutti i sistemi operativi, semplice ed intuitiva, insomma il WWW!

stanze sono nello spazio (l'ossigeno non serve sulla rete!).

Il mondo virtuale di IBM è invece molto più tradizionale: gallerie d'arte, monumenti, la possibilità di arrivare ad altri mondi virtuali. (figg. 9, 10 e 11). Insomma è difficile da spiegare, semplicissimo da vedere, sembra di esserci sempre stati!

In ultimo nel novembre '95 la Ziff Davis, attraverso la testata PC Magazine, con la MGM e la Worlds Inc. ha realizzato la prima premiazione su un mondo virtuale e reale, in Alphaworld (il mondo della worlds Inc.) in contemporanea con la premiazione al teatro della MGM a Las Vegas.

Non sono un esperto di VRML ma qualcosa di multimediale posso raccontarvi: nel colloquio tra le persone il fatto di avere un punto di riferimento, un personaggio con cui parlare che si muove aggiunge moltissimo alla comunicazione... certo, siamo lontani dalle espressioni del viso ma molto più avanti rispetto al chat tradizionale. Intanto siamo nella stessa stanza, vediamo le altre persone, parliamo con qualcuno che si gira verso di noi e che ha scelto un personaggio che lo rappresenta, anche se non fisicamente, idealmente. Insomma la comunicazione è sempre multimediale: tono, linguaggio, movimento,

Le URLa del mese

Questo mese vediamo alcune delle estensioni «plug-in» di Netscape attualmente nella versione 2.0 Beta 3.

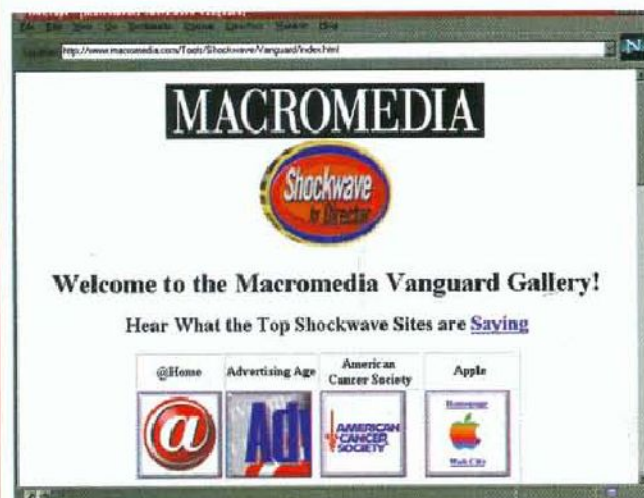
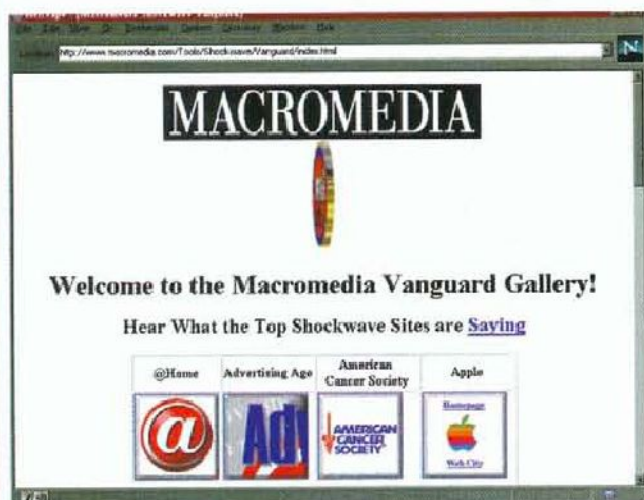



Figure 12 e 13 - Il sito della Macromedia dove si trovano i link agli altri siti «shockvawe enhanced», vedete come il logo stesse ruotando...

http://www.macromedia.com/Tools/Shockwave/Vanguard/index.html (figg. 12 e 13).

Macromedia non avrebbe bisogno di presentazioni, si tratta del principale realizzatore di software per la creazione di animazioni multimediali, con una gamma di prodotti, difficili da usare per uno che, come me, odia i manuali, ma potentissimi.

Ecco che il potere di Director e delle applicazioni grafiche di Macromedia appaiono su Internet con shockwave. Si tratta di installare il programma, 1 Mb circa, e semplicemente andare su questa URL per vedere moltissimi demo di cosa sia possibile fare: immagini che cambiano, ruotano, ed esempi di come sono stati o potrebbero essere modificati i siti dei principali «attori» di Internet. In particolare musica on-line, applicazioni da 50K con effetti grafici veramente invitanti, un demo di un festival di break dance che.... bé non la so proprio ballare, e poi peso anche troppo! Per Windows, Windows 95 e Mac.

http://www.vdolive.com/plugvdo2.htm (fig. 14)

Non si parla di olive ma di VIDEolive, insomma per chi possiede un modem 28.800 ed una buona connessione ad Internet, se va tutto bene e non c'è traffico, insomma in condizioni per ora troppo otti-

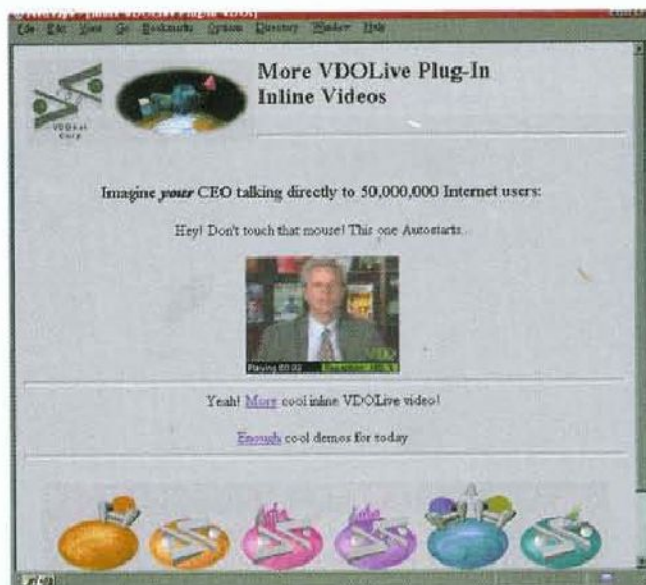



Figura 14 - Il video on demand ? Per ora un interessante esperimento...

espressioni, viso, occhi... le parole sono solo una piccola parte. Il mondo virtuale rende la rete alla portata di chi sa usare solo il telecomando della TV!

Le nuove tecnologie si integreranno?

Vedendo un oggetto come quello di cui vi ho parlato e poi le possibilità offerte da real audio, dalla TV via Internet, dalle animazioni multimediali, la speranza è che si riesca ad integrare questi in un unico sistema, in cui la navigazione non sia ad ipertesto ma realistica, magari con parti in QuickTime VR (il sistema realizzato dalla Apple) per essere «vera», con la possibilità di parlarsi (Iphone già lo consente) invece di scriversi, la possibilità di vedere la televisione, sentire oratori su argomenti interessanti, incontrarsi, fare la spesa assieme, lavorare in un unico mondo. Insomma come dice Negroponte, discutibile ma sempre affascinante, è inutile trasportare in giro atomi, portiamo in giro i bit, in fondo portare a spasso 90 Kg di atomi per scambiarsi pochi Kb visivi e acustici... è davvero un bello spreco! MC

Sergio Pillon è raggiungibile su MC-link all'indirizzo MC2434 o su internet all'indirizzo pillon@mclink.it

mali, si vede un filmato a 10-15 fotogrammi al secondo, con un audio di qualità più che accettabile per il parlato. Per ora solo client per windows 95 e NT. Sicuramente emozionante e ci si sente parte realmente di un grande paese chiamato mondo, dove l'unica carenza reale è il teletrasporto dell'Enterprise del capitano Kirk! Le informazioni ed il video in tempo reale sulla rete, finirà per spaventare i governi.

Al solito Comdex ho visto ad esempio un 144 erotico americano dove con il programma fornito in dotazione con una telefonata sulla stessa linea era possibile sia parlare con le ragazze sia contemporaneamente vederle, con una risoluzione programmabile di una immagine 640x480 ogni 2 secondi ad un «quasi live» di 160x120 di 15 fotogrammi al secondo. La pubblicità diceva «le nostre ragazze sono sempre vestite, a voi convincerle...». La troppa libertà può anche creare dei problemi o liberare...

http://www.shareware.com (fig. 15)

Il vecchio sito nato da un'idea dell'università di Lubiana, la Virtual Shareware Library si è rifatto il look, usando le nuove caratteristiche di Netscape 2.0. Bello, facile da consultare, pieno di informazioni... peccato, od è solo una mia impressione, che lo shareware di qualità stia diminuendo?

http://www.cnet.com/central/radio (fig. 16)

Seconda url del mese per clnet, infatti anche **www.shareware.com** è loro ma la radio con notiziari sul mondo Internet e dell'informatica merita veramente. Per sentire la radio bisogna aver installato **real audio** ma chi ha Windows 95 ed il plus pack lo ha automaticamente assieme ad Internet Explorer, oppure si può ricevere dal sito stesso. In questo caso non serve un collegamento stellare, un 14.400 con qualche problema di linea funziona perfettamente, magari capire l'inglese o peggio l'americano non è facile ma sarebbe ora di impararlo... e magari salvare i file audio sul disco aiuta, ascoltandoli con calma, ad impararlo più in fretta... Che sia una buona scusa per convincere i genitori a regalarci per Natale un abbonamento ad Internet?

Costa forse meno di un cattivo corso di inglese, molto meno di un corso di informatica...

EXPLORE THE LATEST FROM NETSCAPE
Press NOW! to download version 2.0 beta
a new service from c|net the computer network
SPECIAL NETSCAPE 2.0
HELP how to navigate this frames version of shareware.com
SEARCH search our database of over 160,000 software files
BROWSE browse most popular files, new arrivals, or by subject
SUBSCRIBE get Shareware Dispatch, our weekly email newsletter
REGISTRY make your files available for download by shareware.com
ABOUT info on the archives, the VSL search engine and c|net
HELP find out how to use this service and how to contact us
TITLE OF THE DAY our daily reviewed title for PC or Macintosh
SURVIVAL KIT downloading tips and tools for PC or Macintosh

Figura 15 - Le possibilità del netscape 2.0, finestre multiple, ed una libreria di file shareware di tutto rispetto.

Figura 16 - Un vero servizio di audio on demand. Provare per credere....

I ricercatori di Internet...

Chi si occupa di ricerca non si offenderà del paragone, ricercatore significa colui che ricerca e sulla rete delle reti ci sono molti che passano la maggior parte del tempo a cercare, poi cercano ancora... ricercano insomma! Esistono degli strumenti per aiutarli e li chiamano motori ma attualmente sono proprio dei siti WWW, con vari motori e moltissime opzioni. Un giro assieme, per darvi un po' di suggerimenti su come fare una ricerca su Internet

di Sergio Pillon

Bill Gates nel dicembre '95 ha paragonato Internet al primo PC IBM. La similitudine è data dall'essere ambedue dei «semi»: così come il PC è stato il seme della rivoluzione dell'informatica, Internet è secondo la Microsoft il seme della rivoluzione della comunicazione a larga banda.

In effetti secondo molti la Rete è un sistema che sta togliendo pubblico alla televisione, con la grande differenza di avere un telecomando da centinaia, migliaia e tra poco milioni di canali; ecco che le informazioni diventano difficili da trovare, difficili da «incasellare». Si ritiene che la Rete diventerà lo strumento di comunicazione delle informazioni globale: l'indice è sempre la prima parte del libro che si scrive e quello analitico una delle parti più faticose!

L'ABC del ricercatore

Cercare non è facile, in tutti i campi. Mi ricordo che da piccolo facevo i modellini dei carri armati ed avevo nella stanza un pavimento il cui colore era simile a quello della plastica dei modellini. Il risultato era che quando qualche pezzetto cadeva a terra non riuscivo a trovarlo, se non con ardue battaglie. Mia madre mi insegnò due trucchi: il primo consiste nello sdraiarsi a terra, con gli occhi il più possibile a livello delle mattonelle ed ecco che il pezzo risulta in rilievo e si vede meglio. Se non si ha voglia di chinarsi ne esiste un altro più «a larga banda», basta prendere una scopa e spazzare con cura il pavimento fino a trovare nel «mucchietto» il pezzo cercato. Vi lascio immaginare il preferito di mia madre...

Ecco che queste erano, e sono ancora, delle *strategie di ricerca*: molto semplici, ma che migliorano di molto le possibilità di successo. Anche nel nostro campo bisogna conoscere qualche trucco...

Il primo di tutti nel nostro caso è sapere dove cercare; certamente un bell'elenco di URL dell'amico ed ecco fatto... In realtà molti sono i chiamati ma pochi gli eletti e mentre moltissimi siti parlano di «search engine», motore di ricerca appunto, la cosa più importante è l'archivio sul quale si cerca. Alcuni hanno solo il WEB, altri anche i Newsgroup, altri elenchi di persone, altri archivi scientifici od anche banche dati costose. Poi il problema è la velocità dell'aggiornamento degli archivi, se è libero, automatico, se è guidato, insomma una grande confusione.

Il risultato finale è che la maggior parte delle persone interrogate nel mio mini campionario di amici e conoscenti usa Lycos, Yahoo e poco altro.

Bene, vediamo assieme qualcosa di nuovo.

Figura 1 - Ecco Alta Vista. Una interfaccia semplice, si scrive e via. Una curiosità: il logo appare composto di 4 pezzi se visto con Netscape, tutto intero se visto con Internet Explorer. Un problema nella definizione delle table nell'HTML?

Alta Vista

http://www.altavista.digital.com (fig. 1) della Digital è il più vasto archivio della Rete, con (al momento in cui scrivo) più di 16.000.000 di URL indicizzate, 13.000 newsgroup indicizzati in tempo reale, e si arriva persino a rivedere il messaggio, senza bisogno di collegarsi al news server. Ad esempio ho fatto una ricerca con il mio cogno-

me (figg. 2-3), e guardate cosa ha tirato fuori!

Se non si fosse capito da queste prime righe, le mie preferenze per le ricerche sul WWW vanno al Alta Vista. Esistono le solite opzioni, le ricerche complesse o la ricerca base, con la possibilità di vedere i risultati in modo compatto, standard od esteso. Peccato che se ne possano vedere solo 25 per pagina, chissà se per tenere basso il traffico o per riservarsi un po' di spazi pubblicitari...

Però esiste il Near, per cercare parole vicine nel testo (fig. 4).

Insomma semplice, elegante, completo e senza dubbio da provare anche se poi il gusto personale avrà il sopravvento. Non voglio assolutamente fare paragoni, Lycos **http://lycos.cs.cmu.edu/** ad esempio è probabilmente il più usato e famoso dei siti di ricerca sul Web e non ho nessuna intenzione di starvelo a spiegare, ma il bello di averne vari nel proprio elenco è proprio la possibilità di selezionare il più libero.

Esiste anche su Alta Vista una roulette (fig. 5) dove si sceglie un argomento e la ruota virtuale gira, «sparandoci» su un sito nuovo; ad esempio, secondo i conti dei gestori del sito supponendo di dedicare al gioco in questione circa 10 ore al giorno, tutti i giorni, un minuto per pagina in quattro anni e mezzo si esplorano un milione di pagine, il sito ne indicizza 16..., insomma nessuno nella propria vita potrà mai esplorare tutte le URL indicizzate oggi. Un trend del 100% annuo è il minimo attuale, insomma impressionante persino per chi se ne occupa abitualmente.

Una «chicca» finale: gironzolando per il sito si scopre che Alta Vista consiglia di copiare una parte del sito ed inserirlo nel proprio. In questo modo è possibile realizzare delle interfacce ad Alta Vista che ne sfruttino le potenzialità, magari con altra grafica o semplicemente traducendola per i pigri.

E gli altri?

Non vorrei essere considerato troppo superficiale o di parte, naturalmente esistono moltissimi altri siti per la ricerca, da Excite **(http://www.excite.com/search.gw)** al WWWW (World Wide Web Worm **Http://wwwmcb.cs.colorado.edu/home/mcbryan/WWWW.html**) e tanti altri. Basta in effetti usare l'opzione Search del menu di Netscape per arrivare a molti di questi ma l'idea di questo articolo è di darvi delle informazioni meno «famose». Per avere un esempio di meno famoso basta andare su Yahoo alla URL **http://www.yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/World_Wide_Web/Searching_the_Web/** per avere tutto l'elenco degli strumenti conosciuti ma spero di darvi da qui qualche idea in più. Ad esempio: dopo aver fatto una ricerca su Yahoo appaiono in basso i link ad altri motori di ricerca; li avete mai provati? Selezionandoli ripetono automaticamente la ricerca fatta su Yahoo con gli stessi parametri su un altro sito! Comodo e veloce.

Un sito con poche URL ma molto selezionate è Magellan. **(http://www.mckinley.com)**. Si tratta di un vero sito e non solo di un motore di ricerca. Viene fatta una attività «editoriale» sui siti, che vengono persino selezionati se sono per tutti o vietati ai minori, mettendo semafori di vari colori. La quantità di dati nel database (fig. 6) non è nemmeno paragonabile a quello che si trova sui siti di cui abbiamo parla-

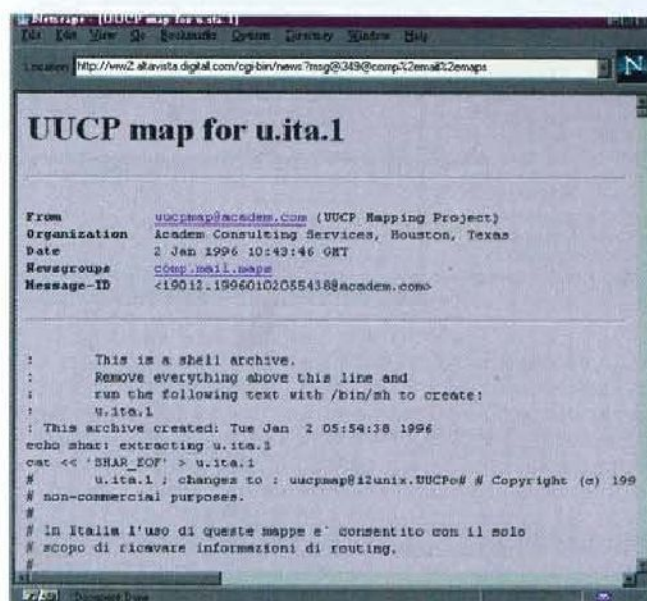
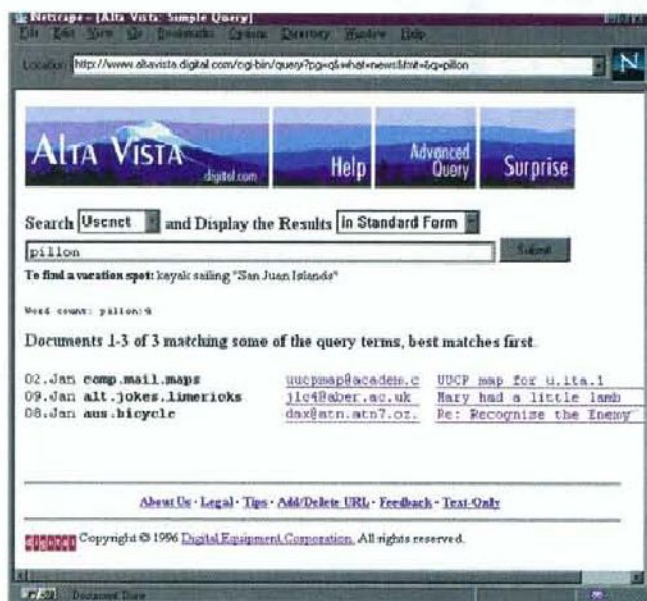



Figure 2-3 - Ecco una ricerca fatta con il mio cognome. Il primo risultato è giusto, sono il postmaster di un dominio UUCP, gli altri sono casuali. Una ricerca avanzata avrebbe chiarito meglio il risultato. Selezionando il link ecco che arriva il messaggio, senza bisogno del news server. E ci mancherebbe perché molti news server non hanno tutti i gruppi «recensiti» da Alta Vista.

Figura 5 - Una roulette: non si vince nulla, serve per farsi un giro, ecco perché si chiama roulette! È una attività che spesso mi ha fatto scoprire cose inaspettate. Ad esempio l'indice universale, Nlightn l'ho scoperto con una roulette.

Figura 4 - La ricerca avanzata. Talmente avanzata da essere... complicata. Molto complessa ma molto potente, permette sia di selezionare gli argomenti di ricerca che il modo di presentarli, l'ordine, la data...

Figura 6 - Magellano, il navigatore. In effetti il paragone con lo scopritore di nuove terre funziona. Si tratta di un gruppo di esploratori che scopre ma fa anche una relazione attenta delle cose che ha trovato. Segnalate il vostro sito anche a loro.

to finora ma il fatto di contare su una «preselezione» ha i suoi vantaggi, consentendo di ridurre il numero di risposte. Addirittura dopo aver fatto una ricerca è possibile mettere meglio a fuoco l'argomento eseguendo una ulteriore ricerca nel gruppo trovato. Insomma un qualcosa che cerca di «scremare» i Web per evitare quello che si rischia che accada tra poco: quando si dovrà cercare tra 60 milioni di URL in modalità «full text» si avranno sempre risposte, migliaia, purtroppo a qualsiasi ricerca. Questo sito è stato scelto dalla Microsoft come «partner» ed è quello a cui punta Internet Explorer, il Web Browser di Bill.

A questo proposito va segnalato il sito del CRS4 **http://www.crs4.it/Index/** per cercare esclusivamente tra i Web italiani. Si tratta dei siti indicati tra le risorse del GARR (gruppo armonizzazione reti ricerca), l'organizzazione che coordina l'assegnazione dei domain italiani e le reti scientifiche italiane. Non è solo di siti di ricerca che si parla ma di tutti coloro che hanno segnalato il proprio Web tra le risorse italiane, nel sito apposito.

Gli archivi «universali»

Il sogno di ognuno è trovare un archivio che contenga tutte le informazioni. Per ora e penso per molto tempo ancora non è possibile ed ecco che Internet si sta attrezzando. Esistono dei siti che hanno realizzato un «collage» di interfacce, in modo che si possa fare una ricerca usando i diversi motori, partendo dal proprio sito. Quale nome più logico di All-In-One? **Http://www.albany.net/allinone** (fig. 7) per cercare veramente nell'universo. Ora, in effetti, questa attività quasi «parassitaria» è interessante ma non permette di avere alcune delle opzioni di ricerca avanzata del sito e soprattutto la ricerca è per nomi degli archivi e non per argomenti, come sarebbe stato più logico. All-In-One ha avuto persino il riconoscimento best 5% of the Web (**http://www.pointcom.com**), a mio parere immeritato. Per ricerche superficiali va bene ma avrebbe avuto bisogno di una interfaccia più complessa, ad esempio della possibilità che esiste su Yahoo di ripetere la ricerca con i vari motori in automatico.

Così è poco più di un bookmark, ben fatto graficamente, ma il best 5% doveva andare prima a coloro che hanno realizzato i motori, poi a chi ne ha fatto il bookmark.

Un suggerimento per chi realizza siti: un problema grosso per molti che vogliono realizzare ricerche in Internet è legato alla lingua ed anche alla scarsa dimestichezza con gli AND, OR,

Figura 7 - All-In-One: 2.700.000 accessi dal giugno 1995. Ma in effetti i server misurano gli accessi sulla base degli oggetti inviati ed una pagina con molti simboli grafici, supponiamo 20, porterebbe il numero delle persone a 130.000. È ora di trovare la possibilità di «certificare» gli accessi...

completo, diviso per argomenti di ricerca, con la possibilità di cercare anche con Veronica, con WAIS, insomma vecchio stile ma molto potente.

Anche loro consigliano di copiare la loro pagina sul proprio sito, fatelo, traducetela, magari ne parleremo nelle URL del mese.

Http://www.cnet.com/Resources/Info/Net/Netsearch/index.html ci

persino NEAR. Se qualcuno realizzasse in Italiano una bella interfaccia ai motori di ricerca, con la ricerca sui principali siti, tutta in automatico... poche righe di linguaggio C o Perl o Visual Basic per scrivere il programma e diventerebbe a mio parere il sito più frequentato in Italia.

W3 CUI (**http://cuiwww.unige.ch/meta-index.html**) è un bell'archivio

Figura 8 - Ecco la pagina per fare ricerche negli indici di Nlightn, selezionandoli o tutti assieme. Bisogna iscriversi e l'iscrizione è gratuita ed immediata. Poi, se si vuole, si indicano i propri dati di carta di credito per pagare le pubblicazioni che si vogliono acquistare.

Figura 9 - Ecco il risultato di una ricerca, ho trovato una mia pubblicazione. Certo la privacy ne soffre un po' ma si tratta di database pubblici e se si è fatto qualcosa e lo si è scritto, appare. In particolare in un paese come il nostro, con un ambiente scientifico pieno di «lei non sa chi sono io», è utile sapere con chi si sta parlando.

Figura 10 - L'inizio dell'elenco dei database. È veramente un indice universale ed è «lungo» 64 Kbyte di testo, in pratica 5 volte il testo di questo articolo e non capisco ancora come non sia stato «scoperto» dalle aziende.

▲
Figura 11 - Una bella grafica, studiate da esperti, per un archivio completo per le aziende che hanno bisogno di informazioni.

Internet Address Finder

3,679,526 listings and growing!

Internet Address Finder (IAF) is the easiest and most comprehensive e-mail white pages on the Internet. By using IAF, you agree to the IAF Use Agreement. Help us build IAF - add a listing today!

Required:
Last name to find:
Optional (helps narrow your search):
First name to find: (e.g., "Joe")
Organization: (e.g., "acme")
Domain: (e.g., "acme.com")

Add/Update Listing | Search Help | Remove Listing | FAQ

Search for User Information (reverse email lookup)

Email address:

▲
Figura 12 - La ricerca negli archivi del Web e delle riviste del gruppo Time Warner. Un interessante database americano, peccato che un archivio simile, quello del Corriere della Sera, sia in linea ma con un prezzo al di fuori delle tasche dei «comuni mortali».

◀ *Figura 13 - Un problema di cuore? Un amico smarrito? Una organizzazione? Ma il consiglio da darvi è: registratevi! In questo modo sarete raggiungibili sempre e cambiando indirizzo basterà che chi vi cerca vada a controllare su IAF (ma non era la federazione internazionale di atletica?).*

porta alla pagina di ricerca di Clnet che ha diviso le possibilità di ricerca in modo logico tra i vari «motori». Nulla di nuovo, un altro puntatore a risorse, con una bella grafica.

CUSI **http://pubweb.nexor.co.uk** è un archivio molto famoso, troppo, praticamente non utilizzabile all'oggi perché i tempi di collegamento sono... biblici. Magari quando l'articolo uscirà le cose saranno migliorate, insomma provatelo.

Archivi specializzati

Nlightn, l'indice universale (**http://www.nlightn.com**) (fig. 8). Qui le cose si fanno più interessanti: si tratta della possibilità di cercare in banche dati importanti, dalla libreria del congresso degli Stati Uniti alla Medline, la principale banca dati medica del mondo. L'indice delle banche dati coperte, è definito indice universale! Include anche una partnership con Lycos per la parte Internet ma la cosa principale è la possibilità di arrivare gratuitamente fino a trovare l'estratto del testo, da acquistare poi per 10 centesimi o poco più se si tratta di banche dati a pagamento (figg. 9-10). Ho trovato che un libro scritto da mio padre su Picasso è nel database della libreria del congresso Usa, e che ci sono alcune mie pubblicazioni sulla Medline. Può essere indispensabile per cercare informazioni su una malattia rara, su un libro, su una persona, insomma meglio dei servizi segreti! In effetti ho stupito alcuni amici e colleghi che non ricordavano nemmeno di aver pubblicato alcune cose (ci sono anche alcune banche dati giornalistiche) e penso che davvero valga la pena di avere un abbonamento ad Internet anche solo per Nlightn. Per un ufficio, un professionista od una azienda con 250.000 lire annue si ha la possibilità di cercare tra le banche dati più famose del mondo... Ci sono dei problemi, all'inizio il sito era spesso lento, la grafica è minima e l'interfaccia non è bellissima, ma vi consiglio di andare a leggere le informazioni sulle banche dati dell'universal index.

Un altro archivio specializzato, per ora in una fase di testing è quello realizzato dalla IBM, **http://www.infomkt.ibm.com** (fig. 11). Per ora è gratuito e mi sembra orientato prevalentemente alle aziende, con alcune tra

le maggiori banche dati di interesse aziendale, dal CIA World Factbook, il libro sul mondo realizzato dalla CIA, per finire a Yahoo. Il motore di ricerca usato consente il Near, cioè di inserire 2 parole ed indicare quanto debbono distare al massimo l'una dall'altra nel testo, da 5 parole ad un periodo e fino a vari paragrafi. Molto utile se pensate che fare una ricerca ad esempio con le parole chiave Sergio Pillon non trova il sottoscritto ma spesso un elenco di nomi dove appare qualcuno che si chiama Sergio ed un altro che si chiama Pillon magari alla fine della pagina!

Gli archivi della Time Warner, **http://www.pathfinder.com** (fig.12) sono un interessante database giornalistico, con la possibilità di cercare negli archivi dei maggiori giornali del mondo, gratuitamente, con una bella interfaccia che spiega cosa cercare e come fare. Persino la possibilità di ricerche «logiche», cioè per parole simili per significato o parole scritte in modo simile.

E se cerco un amico, un parente, qualcuno di cui non conosco l'indirizzo di posta elettronica? Ecco l'Internet Address Finder, **http://www.iaf.net** (fig. 13) per trovare gli indirizzi di tutti. Attualmente sono quasi 4.000.000, circa il 7% degli utenti stimati della rete, ma la natura stessa del sistema fa sì che siano presenti solo gli indirizzi «pubblici», estratti dai newsgroup o presenti in database di pubblico accesso. Indubbiamente è comodo, avete il 10% circa delle probabilità di trovare un amico ma magari, ed ecco la strategia, i trucchi, potete trovare qualcuno nel dominio che lo conosca od informazioni su un cambio di indirizzo... Controllate ed aggiungete i vostri intanto!

Per finire con la nostra passeggiata vediamo come fare per trovare un'azienda o se qualcuno sta usando il nome della nostra, **http://netpart.com/company/search.html**. Si tratta di un sistema interessante, da usare magari prima di pensare a registrare un dominio ma con i limiti della logica con cui funziona, puramente alfabetica nei nomi dei domini registrati. In effetti cercando ad esempio con la parola chiave Olivetti... non esistono aziende con questo nome, e con la parola FIAT viene www.fiat.com: peccato che si tratti di un club di appassionati della marca! I problemi legali di Internet sono infiniti ed uno, quello della proprietà del nome di cui si decide di registrare il dominio è uno di questi.

Pensate se io avessi fatto una azienda che si chiama FIAT S.r.l. e si occupa di automobili... penso che non mi sarebbe bastata una vita per pagare gli avvocati, invece per registrare il dominio WWW.FIAT.COM è bastata una domanda. Un commento generale per tutti gli archivi visitati: sono molto «anglosassoni», a quando un approccio «latino»? Questo mese temo di avervi fatto venire mal di testa a forza di URLa e lo spazio è finito ma non preoccupatevi, la rubrica «Le URLa del mese» torna nel prossimo numero.

Se avete idee, proposte, suggerimenti inviatele alla mia mailbox, anzi un grazie a tutti per i messaggi sempre numerosi. Al prossimo mese. MS

Sergio Pillon è raggiungibile su MC-link all'indirizzo mc2434 o su Internet all'indirizzo pillon@mclink

Una nuova frontiera di Internet?

Abbiamo già altre volte parlato in questo spazio delle novità che si stanno affacciando nel mondo della telematica, ormai per il 90% dedicate ad Internet. In realtà Internet sta perdendo la sua caratteristica unica legata a ciò che l'ha resa famosa, il World Wide Web, per tornare ad essere una rete di dati con alcuni standard per le applicazioni che la usano

di Sergio Pillon

La rubrica di questo del mese è dedicata all'applicazione di cui a mio parere esistono più versioni in assoluto: la telefonia.

Per telefonare, normalmente si paga una tariffa legata a due parametri principali: la distanza tra noi ed il nostro interlocutore e poi il tempo dedicato al colloquio.

Una telefonata allunga la vita ma svuota le tasche se fatta in teleselezione intercontinentale! E si dice che dall'avamposto nel deserto il condannato dello spot Telecom non sia uscito vivo. Fucilato? No: suicida, appena ha sentito quanto gli sarebbe costata la telefonata. Si racconta di amanti tradite che si allontanano da casa lasciando il telefono collegato con... il segnale orario di Tokyo...

Pensate allora quante vite di persone suicidatesi dopo una bolletta catastrofica si potrebbero risparmiare se le tariffe applicate per Internet fossero valide anche per il telefono: distanza? Illimitata; costo? Urbano!

Abbiamo già parlato di queste possibilità ed in effetti una rete «dati» non ha nulla da invidiare ad una rete «voce» in un'era in cui tutto diventa dati. Il telefono GSM ad esempio non è più legato a questi vincoli, la voce diventa dati ed il telefono non è altro che un convertitore da voce a dati, collegato ad una radio. In effetti l'uso della trasmissione dati invece che la voce ha vantaggi enormi, ed i servizi offerti dalla rete GSM sono evidenti a tutti, dalla possibilità di inviare ad un numero le chiamate fax, ad un altro quelle voce, derivare la chiamata ad un numero se non si risponde, ad un altro se si è fuori campo. Il tutto poi con la cifratura dei dati per evitare «intrusioni» nelle conversazioni.

Il buon Negroponte nel suo libro «Essere digitali» dà un'indicazione importante che sta in effetti avverandosi in tutto il mondo: non ha più senso distinguere il «mezzo» come ad esempio il cinema, la televisione, la radio, il telefono, Internet, i CD-ROM, ma bisogna abituarsi a pensare in termini di bit. Tutto quello che ho citato può ed anzi viene ormai «lavorato» usandone i bit piuttosto che i vecchi sistemi.

Allora, alla fine del discorso il problema si risolve trovando il modo migliore, dato un problema, per «lavorarne», archiviarne o distribuirne i bit.

Torniamo al telefono. Esso serve per trasferire informazioni tra due o più persone, per inviare i fax, sia per uso «personale» che aziendale, insomma per trasferire alcuni Kbyte in giro per il mondo. Oggi esiste una rete di dati grande come tutto il mondo, a costo abbastanza basso da essere alla portata di tutti, con un costo per uso variabile da nazione a nazione ma sempre accettabile. Ecco che nascono le applicazioni «telefoniche», che risolvono elegantemente il problema di distribuzione a basso costo dei bit. Attenzione, il mercato oggi non è tanto dei singoli con la nonna in America ma dei giovani, delle università, delle aziende.

Fig. 1 - Siamo all'inizio, appena installato si avviano l'help ed il Readme.txt. Debbo dire che in genere odio i programmi «intelligenti» che mi presentano le istruzioni appena installati, ma queste sono molto più che un solito help, sono un mini show di introduzione che svela le caratteristiche salienti del programma.

Le applicazioni

Certo ne abbiamo già parlato, ad esempio di I-phone che è stato uno dei primi, ma oggi vorrei fare una «prova su strada», come faccio al solito, di un programma che mi ha particolarmente colpito in questo campo perché apre realmente il passaggio da una tecnologia amatoriale ad una perfettamente integrabile in ambito aziendale: WebPhone (fig. 1). Innanzi tutto si tratta di un programma dove, e si vede, sono stati fatti notevoli investimenti. L'interfaccia di Help, definita «multimediale», usa animazioni per aiutare (non sempre) nella comprensione delle molte opzioni (fig. 2); le possibilità sono moltissime, e le vedremo poi, ma è proprio di questi giorni, mentre scrivo l'articolo, l'uscita della versione beta di Netscape 3.0, con, guarda caso, il telefono integrato, come plug-in!

Fig. 2 - In fotografia non viene, ma c'è un'animazione che alza lo schermo del proiettore e «proietta» il testo. Bella, ma soprattutto incuriosisce e convince a leggere il manuale. Nel menu a fianco le varie voci del testo, che corrispondono a capitoli dedicati alle caratteristiche. Un esempio di come dovrebbe essere fatto il manuale del futuro!

La cosa che mi ha maggiormente colpito è l'assoluta similitudine concettuale e delle caratteristiche del telefono integrato di Netscape e di WebPhone, a parte l'interfaccia grafica, completamente diversa. Che ci sia stato qualche «uccellino» che ha fatto la spia? Certo, la concorrenza esiste sempre ed alla fine quando, come in questo caso, l'utente finale ne trae un beneficio c'è da esserne soddisfatti. Per ora comunque, in attesa che il telefono integrato nel computer sia una cosa normale, continuiamo a vedere il futuribile WebPhone, alla prova dei fatti.

Le caratteristiche richieste: un computer almeno 486-33, Windows 3.1 o '95, una connessione ad Internet con un modem almeno a 14400 , 5 Mb di spazio sul disco rigido e, curioso, una VGA con almeno 256 colori. Certo, probabilmente l'help multimediale non funzionerebbe a meno, ma possibile che servano 256 colori per telefonare? Io una risposta l'ho trovata, ma non voglio svelarvela subito.

Fig. 3 - Ecco il telefono, avviato e pronto per essere configurato. In basso la WebBoard, insomma lo spazio per lo sponsor, ben venga se si telefona gratis! La prima pagina va riempita praticamente tutta...

WebPhone, la configurazione

All'installazione si avvia automaticamente l'help ed anche il manuale con gli ultimi aggiornamenti. La versione che sto provando è la 1.05, ma tutti i riferimenti, naturalmente, parlano di 1.0.

I limiti della versione non registrata permettono già un buon uso del programma (a proposito, lo trovate su **http://www.netspeak.com**), e permettono l'uso di una linea sola per volta (ne sono disponibili ben 4), si possono inserire solo 3 indirizzi nell'agenda, si possono ricevere solo 2 messaggi in casella postale e può essere definito solo 1 messaggio per la segreteria telefonica.

Certo il costo non è proibitivo, 49.95 dollari americani, circa 80.000 lire, esattamente il costo alla Telecom di un apparecchio telefonico! Insomma se si fa la registrazione per via elettronica l'attivazione avviene automaticamente al primo collegamento e così le 80.000 sono in realtà il canone di attivazione.

Al primo avvio parte la richiesta di configurazione (fig. 3) assieme al telefono che sembra proprio un GSM, e la WebBoard. Abbiamo parlato all'inizio dei 256 colori richiesti, ed ecco il per-

Fig. 4 - ... e poi possiamo passare alla seconda. Apparentemente complessa, lasciate tutto così, inserite solo l'indirizzo di posta elettronica. Le altre voci del menu sono già preimpostate ed assolutamente intuitive, la configurazione del microfono, la segreteria telefonica, la scheda sonora. Insomma non toccate nulla a meno che non abbiate problemi. Poi, prendendo confidenza, si faranno le prove.

Fig. 5 - Avviato, ed ecco che il sistema ha riconosciuto l'IP number!

ché: il sistema si potrebbe pagare... con la pubblicità! Infatti la WebBoard permette di inviare spot sul vostro computer, con suoni, immagini e link a siti Internet, insomma WebPhone gratuito per tutti!

Con cinque «schermate» la configurazione è fatta, l'unica che merita qualche parola di più e quella relativa ai «network parameters». L'indirizzo di posta elettronica, e quello lo abbiamo per forza, ma molti non sanno cosa inserire nel campo IP e nei vari successivi (figg. 4-5). Poco male, lasciateli in bianco, il programma funzionerà ugualmente! In effetti l'IP number è alla base del sistema perché serve proprio per riconoscere se siamo in linea, ma la maggior parte di coloro che si collegano ad Internet non hanno un numero IP fisso (si tratta dell'indirizzo numerico obbligatorio per qualsiasi computer che vuole essere raggiunto in Rete) ma esso gli viene assegnato dal provider alla connessione (IP dinamico). E come facciamo allora a sapere se sono in linea? Semplicissimo, WebPhone «sa» come si chiama appena viene lanciata la connessione ad Internet e viene assegnato l'IP, non perché sia intelligentissimo ma perché lo chiede al nostro computer. Così lo comunica la server della netspeak, che tiene l'elenco telefonico e così possiamo chiamare un amico co-

Le URLa del mese

Questo mese la ricerca è stata più lunga del solito, perché ho voluto dare un'occhiata al panorama italiano e mi sono accorto di un problema fondamentale: in America esistono ormai molti siti dove si selezionano i migliori del... ben fatti, gestiti professionalmente, ed anche altri molto famosi che fanno un servizio simile. In Italia non si trova un sito «autorevole» dove cercare. Meglio, forse, ma è difficile per noi italiani segnalare agli altri conterranei di aver fatto qualcosa. Si deve sempre andare sui soliti «grandi» per poi sparire nell'oceano americano.

Chissà che qualcuno non accolga il mio suggerimento e faccia un serio «best in Europe»? Una specie di Miss Europa virtuale per i migliori siti?

Intanto vi indico i siti italiani che ho selezionato, **http://www.sisal.it** (fig. 8). Debbo confessarvi che della SISAL avevo solo sentito parlare nei libri di Don Camillo e Peppone, ma per gli appassionati del gioco può essere un sito prezioso, con moltissime informazioni.

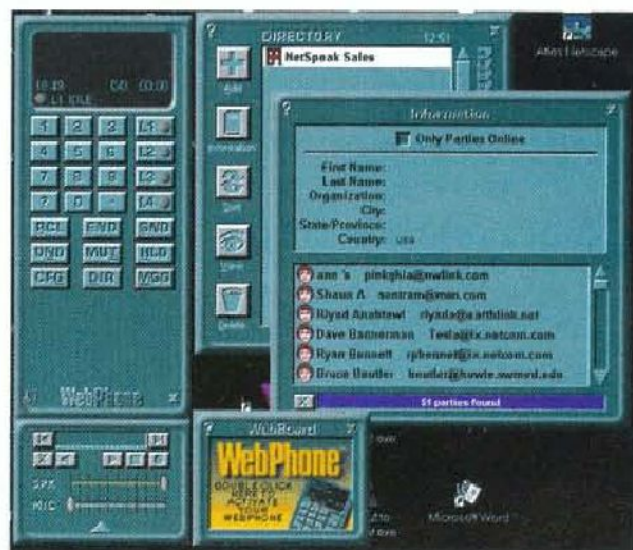
Poi ho selezionato un sito di qualcuno che «crea» siti, **http://www.inferentia.it** (fig. 9), si tratta di un'azienda che si occupava di software ed ora anche di Web. Mi sembra un bell'esempio di grafica applicata ad Internet, anche veloce, gradevole a tutte le risoluzioni.

Insomma questo mese solo due segnalazioni, ma anche un'esortazione: volete far conoscere il vostro sito? Pensate che meriti le URLa del mese? Segnalatelo a pillon@mclink.it, lo spazio può crescere e segnalare bei siti italiani mi farebbe veramente piacere.

Fig. 8 - Giocate? O come me non sapete neppure come si gioca al Totip, all'Enalotto? Ecco il sito che fa per voi, o per stupire un parente scettico. Se vincete... fatemelo sapere!

Fig. 9 - Una bella grafica, tutta italiana anche se in Inglese. Molti «trucchi» da imparare in questo sito, in particolare per coloro che credono che la tecnica sia la soluzione. Gusto e tecnica sono il connubio ideale per fare la grappa, per scegliere una od un... compagno, ma anche per realizzare bei siti.

Fig. 6 - Una telefonata alla netsales, debbo dire che stavolta non avevo il microfono inserito ed ho sentito l'operatore che, sentendomi muto, cercava di aiutarmi, dicendomi di provare a modificare la configurazione del microfono... Insomma veramente gentile. Nel display le informazioni sulla telefonata in corso, sta collegandosi... poi lo sentirete squillare, come un telefono vero!

Fig. 7 - Ecco l'agenda; vedete, appariva la netspeak, poi ho cercato chi era in linea dagli USA ed ecco 50 persone collegate! Un mio amico deve andare a lavorare all'estero per un periodo, sta registrandosi WebPhone...

noscendone l'indirizzo di posta elettronica. Si incaricherà il programma di sapere se è in linea e quale IP ha in questo momento.

Ma allora funziona davvero?

Certo, a patto di avere una scheda sonora con un microfono funzionante. Ecco, credo che per molti sia questo il problema principale: non ci siamo mai occupati se e come il microfono funzionasse ed ora bisogna che vada. Per fare qualche prova con un amico potete anche usare delle cuffiette del walkman come microfono, a patto che strilliate forte dovrebbe funzionare. Fate qualche «prova microfono» prima di collegarvi usando il registratore suoni che arriva con Windows, in modo da essere sicuri di stare parlando!

Siamo pronti per la prima telefonata: lanciamo il collegamento ad Internet, tutto OK, poi WebPhone. Appena arriva sul monitor il telefono si clicca sul tasto DIR, per attivare l'elenco telefonico, naturalmente la casa madre è l'unico utente presente nella nostra agenda, un click sul nome e siamo pronti a parlare (fig. 6). La qualità della voce è generalmente sufficiente, il full duplex è possibile solo con schede sonore che lo prevedano e chi ha una SoundBlaster 16 od AWE32 può prendere i nuovi driver sul sito della netspeak per avere il full duplex (cioè parlare ed ascoltare contemporaneamente, come con il telefono normale). A 14400 e con gli Stati Uniti in genere ottengo circa 800 CPS, caratteri per secondo, ed a questa velocità si riesce a sostenere una conversazione, a volte con qualche sforzo. Con una linea veloce la qualità è sovrapponibile a quella del telefono convenzionale. Certo la «privacy» si va a far benedire, le vostre telefonate diventano molto simili alle chiacchierate dei radioamatori, udite ed odiate in tutto il palazzo. Questo perché in genere se non si capisce bene si tende sia ad alzare il volume dell'altoparlante, sia quello della propria voce e così si viene cacciati di casa...

Insomma interessante, ma di parlare con il venditore della ditta vi siete stufati? Poco male (fig. 7), nel menu DIRectory c'è un tasto, information. Appare una maschera, inserite ad esempio IT dove chiede country, cliccate il bottone «only party online» e poi sulla scritta Information. Arriverà l'elenco degli italiani in linea. Allo stesso modo il nome di un amico, una nazione, quello che volete, il programma fa la ricerca nel database della netspeak e vi dà l'elenco. Poi basta cliccare due volte sul nome e... collegamento!

Con qualche sorpresa scoprite che a volte risponde la segreteria telefonica, in effetti un'azienda o semplicemente chi ha un computer collegamento permanentemente ad Internet lascia attivo il WebPhone per ricevere messaggi in segreteria, un vero voice mailbox.

Vi lascio scoprire le altre caratteristiche, con la possibilità di mettere in attesa una linea, parlare con un'altra, il caller-id, cioè identificazione del chiamante... insomma merita un po' di prove. Ogni tanto dalla WebBoard qualche messaggio... pubblicitario!

Giocattolo o realtà per un'azienda?

Il problema per qualcuno che ha avuto la pazienza di seguirmi in questa prova su strada potrebbe essere proprio a proposito della reale usabilità di questo sistema. Insomma è veramente un qualcosa che può permettere ad un'azienda romana di tenersi in contatto con la propria consociata americana? Possiamo fare affari con il nostro corrispondente taiwanese?

Devo dire di aver fatto molte prove e sono ancora in dubbio. Va benissimo se si usa come un sistema amatoriale, ma il dialogo, soprattutto se deve essere di affari, spesso risente di ritardi sulla linea e le parole vengono mozzate. Insomma per chi ha un GSM è come parlare quando si è ai limiti del campo, oppure in una stanza con qualcuno che si muove attorno: le parole spesso sono «smozzicate», anche se sono perfettamente intelligibili. Ideale invece per usi su reti interne, dove sostituisce egregiamente a mio parere il centralino telefonico; e la versione «business» che è stata annunciata, con cifratura, conferenza, possibilità di condividere una «scrivania» comune, migliora ancora queste caratteristiche.

Insomma non mi sembra ancora un prodotto che farà tremare le grandi compagnie telefoniche, ma un buon complemento all'intranet e, perché no, anche per diventare amici con altri appassionati di telematica, per imparare l'inglese. Per usi «seri» bisogna usare una periferica telefonica, insomma non è possibile sentire la voce dagli altoparlanti del monitor e parlare con in mano un microfono come fossimo Fabrizio Frizzi! Quindi un po' di cautela, siamo comunque sulla buona strada.

Insomma un'altra pedina mossa nella guerra che la Rete delle Reti sta conducendo ai mezzi di comunicazione tradizionali ed anche una mossa pesante nella battaglia dei browser. Riuscirà Netscape con un browser che ormai supera i 6 Megabyte e mantenere la leadership nei confronti della Microsoft? Sarà proprio il fatto di avere il telefono «interno» al Browser una delle pedine per la vittoria? MC

Sergio Pillon è raggiungibile su MC-link all'indirizzo MC2434 o su Internet all'indirizzo pillon@mclink

AGENTI INTELLIGENTI... MA DAVVERO LO SONO ?

Da un po' di tempo, lentamente stanno uscendo dei programmi che "catturano" i siti e permettono un uso in locale delle informazioni. Si chiamano "intelligent agent" o simili. Vediamo se lo sono veramente, a chi ed a cosa servono

di Sergio Pillon

Internet cresce sempre e le idee nel mondo non mancano. Un anno fa, al Comdex Fall, Bill Gates fece spettacolo con la sua presentazione sul futuro dell'informatica, in particolare dell'ufficio informatizzato; e nel suo discorso "the office of the future" mostrava idee e strategia della sua azienda per gli anni 2000.

Mi colpì molto l'affermazione che il livello di "intelligenza" (tra virgolette, non scherziamo...) dei computer fosse destinato a crescere, anzi non tanto quella del computer ma dei programmi che lo popolano. Questi, insomma, avrebbero capito cosa volevamo: ad esempio diamo al nostro PC il comando "scrivere a Bill" e lui apre la posta elettronica, accetta il testo e poi si collega ad Internet per spedirlo.

Nulla di eccezionale direte voi, una collezione di procedure che un buon programmatore fa in pochi passi. Ma provate a pensare quante delle nostre azioni di "computeristi ordinari" sono elementari, risolvibili con poche procedure eppure richiedono ancora di leggere un manuale...

Internet ed in particolare il World Wide Web hanno avuto il grandissimo merito di portare alla semplicità lo scambio delle informazioni tra tutti i sistemi e tra gruppi di lavoro, ma ancora siamo ben lontani dall'ottimizzazione e c'è spazio proprio per tutta una serie di "automatismi" che ci possano semplificare la vita.

I motori di ricerca

I cosiddetti "motori di ricerca" sono il primo passo verso "l'intelligenza" nella rete. Infatti alla semplice ricerca bruta per parola chiave implementata dai primi "cercatori", ha fatto seguito la più sofisticata ricerca con concetti (concept search di Excite http://www.excite.com) o su archivi organizzati in modo logico (Yahoo http://www.Yahoo.com). Certo qui è chiaro, l'intelligenza è dalla parte di chi ha organizzato gli archivi, ma le informazioni sono ben strutturate ed in modo logico.

E tuttavia non basta, purtroppo la soluzione ideale non esiste. Se su Yahoo trovo un sito sull'argomento generale, per poi trovare veramente se mi interessa lo debbo esplorare, perché non so nulla del suo contenuto tranne poche righe di descrizione. Su Excite, Altavista, Lycos trovo invece l'occorrenza di migliaia di parole chiave, nel 90% dei casi inutili e magari non aggiornatissime perché ormai il ritardo tra la nascita di un sito e la sua "lettura" da parte di un motore può essere di mesi. Ad esempio ho sottoposto a Magellan alcuni siti anche 3-4 volte negli ultimi cinque mesi e non sono stati ancora "letti" dal sistema automatico di indicizzazione! Ovviamente non lo uso più per fare ricerche...

Ecco che l'organizzazione di quantità di informazioni come le notizie quotidiane, la borsa, le attività giornalistiche, di informazione, ed anche di divertimento, in un sistema dove si fa il giro del mondo in pochi secondi impiegano settimane prima di essere disponibili, e magari ne avevo bisogno...

Altre volte invece conosco il sito, ma è lento, non ho il tempo di scorrerlo: per leggere le cose che mi interessano impiegherei pochi minuti, ma ci vuole mezz'ora per arrivarci.

Insomma per alcune cose, come la borsa, le news, l'attualità, mancava ancora qualcosa.

Il nostro agente, magari un ispettore, intelligente

Il più antico dei sistemi è la raccolta delle informazioni contenute nella cache del browser (se non mi sbaglio fu proprio Netscape che iniziò a scriversi sul disco le pagine lette, per risparmiare tempo e traffico ad una consultazione successiva.). E' stato subito scoperto

dai programmatori e dai navigatori come un sistema prezioso per rivedere siti già visitati senza doversi collegare nuovamente ad essi. I primi programmi ricostruivano le pagine dalla directory della cache dove erano le informazioni (immagini e testo), ricostruendo i collegamenti in locale. C'è però un grave problema: nella pagina HTML si trova il collegamento all'immagine fatto indicandone la directory, ad esempio /images/gif/pippo.gif; nella directory della cache invece l'immagine non è più in /images eccetera, e quindi bisogna cambiare l'indirizzo nella pagina. Inoltre per chi usa Windows 3.1 alcuni nomi originali di immagini sono illegali in quanto più lunghi di 8 caratteri e/o con più di 3 caratteri dopo il punto. Insomma, da riscrivere tutto!

La cosa peggiore era poi il dover navigare tutto il sito per riceverlo in locale, con tutto il tempo perso per la visualizzazione; per cui l'uscita di un programma che si chiamava grab-a-site e di molti suoi cloni fu accolta come una benedizione. Si indicava l'indirizzo e via! Dopo un (bel) po' di tempo c'era sul nostro PC il sito quasi funzionante in locale: che comodità esplorarlo, avere tutto alla massima velocità, fare dimostrazioni...

Ma non è tutto oro quello che luccica: infatti lo spazio sul disco rigido costringe ad una precoce cancellazione, e poi come faccio per gli aggiornamenti? Lo ricarico tutto? E le ricerche?

Ecco che la prima esperienza era sì un passo avanti, ma non abbastanza. Insomma si trattava di un primo embrione ma ancora troppo rozzo per essere veramente d'aiuto.

Ma le buone idee sulla rete figliano presto ed ecco spuntare programmi sempre più sofisticati, fino ad arrivare all'ultima generazione di cui NetAttaché è un valoroso esponente.

Fig. 1 La versione da registrare di NetAttaché. Sta creando un brief, nella finestra le statistiche dell'attività in corso, sotto si vede una parte del briefing, profondità 1, tutte le informazioni, immagini, applet, ecc.

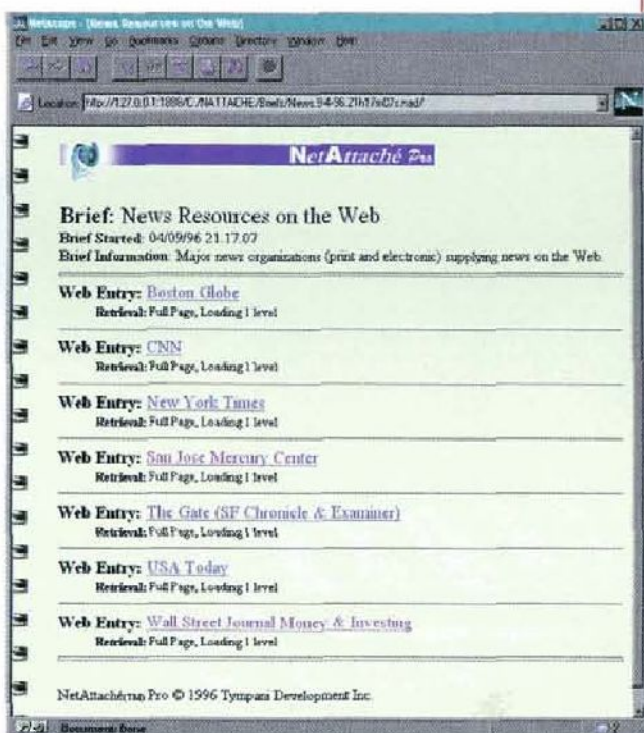
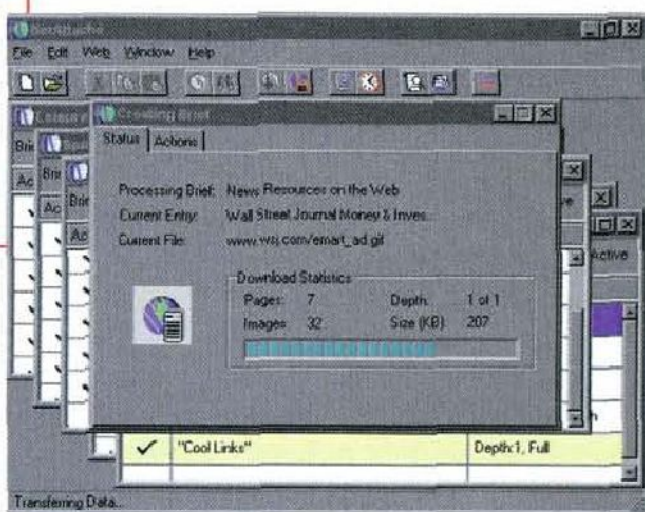



Fig. 2 Il risultato: in alto si legge la URL ed anche il nome del file con la data ed un suffisso .nad, comprensibile solo al suo server. Basta selezionare un sito ed è pronto sul PC. Se un link non è stato seguito viene mantenuto e quindi cliccandolo si attiva il collegamento alla rete "in tempo reale". Una curiosità: se si sta usando Internet Explorer bisogna dirlo nella configurazione ed il risultato verrà compatibile con IE 3.0

NetAttaché

Confesso di non avere grande esperienza con il francese ed il nome non mi diceva molto, ma l'esperienza avuta con la Beta a mia disposizione (0.21) è stata veramente interessante. Si vanta di essere la seconda generazione di agenti WWW "intelligenti", insomma l'uomo di Neanderthal del WWW. Cos'è? Un ragno, progettato per girare sulla rete secondo i nostri ordini, detti *brief*, come una brava segretaria: un briefing e poi a fine mattinata una verifica del lavoro svolto.

Esiste innanzitutto una versione semplice, gratuita, NetAttaché light. Ho trovato le due versioni su Tucows, un famoso sito shareware. Anche su MC-link c'è un mirror di questo tra i più famosi siti per lo shareware del mondo (http://mcftp.mclink.it/tucows). Il programma è stato votato *"5 mucche luminescenti"*, il massimo, ed è inserito tra gli add-on per i browser. Ne esiste una versione per Windows '95 ed una per la 3.1. Nella versione gratuita è possibile solo selezionare la "profondità" della esplorazione, se seguire cioè i collegamenti di livello in livello. Oltre il quinto è sconsigliato per non avere migliaia di pagine! Si prepara il brief, ad esempio le news, inserendo le URL dei siti che ci interessano, il livello di esplorazione e poi si avvia. Avviene il collegamento ad Internet ed ecco che mentre si fa un'altra cosa arrivano i risultati (fig. 1)

Nella versione registrata invece si prepara lo schema di ricerca, che può essere anche molto complesso: orario del collegamento, siti da esplorare divisi per argomenti, ma senza riprendere le cose che ci sono già in briefing precedenti, testata ed immagini varie. Poi un giro su qualcosa di divertente, il sito

della Disney ma, mi raccomando solo le novità ed anche le applet java, i filmati, l'audio. Poi il collegamento con il New York Times, ma solo per avere le pagine nuove che contengono le parole "computer" ed "internet"... Infine sto lavorando a questo articolo, voglio fare una ricerca complessa sulla rete e riceverne i risultati da vedere in locale. Tutto possibile!

Interessante, anzi interessantissimo ma... l'abbiamo già detto, ogni medaglia ha il suo rovescio. Innanzi tutto la versione registrata deve installare un server, cioé il risultato viene archiviato in un formato proprietario, gestito da un apposito "*NetAttaché server*". Questo si vede bene nella figura 2, se leggete la URL vedete che è quella di un server locale (127.0.0.1 è l'indirizzo di un sistema non connesso che risponde al nome di localhost). Questo per rendere veramente compatibile il brief con quello che si vede dal vivo, ma la navigazione in locale è più lenta e soprattutto il report non è "esportabile", visibile cioé senza NetAttaché.

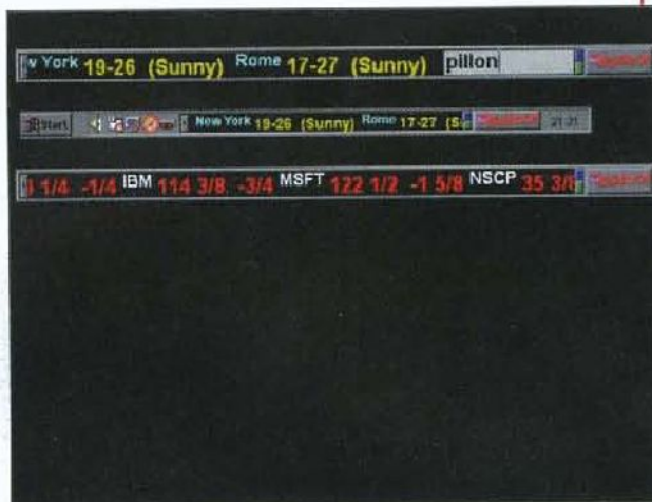



Fig. 3 Tre modi diversi per visualizzare le informazioni. Sospeso sulla scrivania, con la possibilità di aprire la finestra di ricerca e nella barra delle applicazioni.

La versione light, molto meno complessa, genera un risultato di "puro HTML", esportabile su dischetto e visibile ovunque. Certamente ha il vero, grande difetto di mancare di tutte quelle cose che fanno bella la Pro, quali la possibilità di chiamate automatizzate, l'aggiornamento

La rete civica di Grosseto

Nel numero scorso abbiamo parlato di Roma, una grande città; ma anche una cittadina ha numerosi vantaggi dalla presenza sulla Rete. Eccoci a visitare Grosseto (fig. 7) (http://www.gol.grosseto.it) che naturalmente ha esigenze ben diverse da una città come Roma e Milano. Per arrivare al Comune bastano pochi minuti di macchina e più che servizi si parla di informazioni ai cittadini. Una parte del sito è dedicata alla promozione della città ed è ovvio che lo sia, una delle attività di un Comune è proprio questa e l'uso intelligente della rete ben venga. Dalla prima pagina si trovano i collegamenti "istituzionali", città, avvenimenti, ecc., ma mi sembra una buona idea il secondo menu del sito, storia, territorio, natura, suoni, colori e numeri una navigazione diversa, meno seria ma che incuriosisce e spinge alla visita. La prima curiosità è stata quella di vedere l'amministrazione comunale, come siano presenti (fig. 8) e questa parte mi è sembrata ancora da migliorare: non se la prendano gli amici di Grosseto ma un'immagine della prefettura di 154 Kb non è il massimo della comodità! Molte informazioni, con indicato chiaramente "a cura di..." e l'ufficio competente, a testimonianza di una certa "presa di responsabilità" di tutta l'amministrazione. Ci sono i risultati elettorali delle politiche '96 in linea, ed anche una rivista che si chiama GrossetOggi di cui sono indicati tutti i mesi inclusi quelli che debbono venire. Naturalmente sono curioso ed ho cliccato sul mese prossimo: in figura 9 vedete il risultato. Ci sono gli alberghi, divisi per zona, e per alcuni ci sono anche informazioni specifiche. Insomma se

Fig. 7

Fig. 8

"intelligente", la ricerca di parole chiave e così via. Ma è gratis!

Gli ispettori intelligenti

Non si offendano agenti od ispettori, non ne esistono di non intelligenti: solo quelli informatici che, se paragonati ai precedenti, gli agenti, debbono essere promossi. Di questa categoria ho provato il news ticker di Yahoo (http://my.Yahoo.com) e quello di IBM (http://www.infomkt.ibm.com). Entrambi hanno vantaggi e svantaggi e, come al solito, la fusione dei due sarebbe la soluzione ideale. Si tratta in generale di programmi che si avviano e si collegano alla rete, ad un proprio sito, e ricevono informazioni secondo uno schema che è stato preparato in anticipo. Ad esempio le notizie di sport o sull'informatica, con aggiornamento ogni.... tempo che abbiamo fissato; ma le differenze, ad onta dell'aspetto simile, ci sono e sono importanti.

Figg. 4 e 5 - Le informazioni della IBM sono con la finestra pubblicitaria al lato... ma le fonti sono diverse, meglio configurabili rispetto alla sola Reuters di Yahoo.

Per Yahoo (fig. 3) la base di tutto è il sito Internet, dove registrarsi, indicare i propri gusti, la nazione di provenienza e poi configurare le proprie pagine con i servizi interessanti. Servizi, perché offre servizi di previsioni del tempo, di borsa e di notizie, ma, e questo è anche importante, offre la possibilità di fare ricerche su Yahoo: apre una finestra di ricerca, indichiamo la parola chiave ed ecco che si avvia la ricerca e viene lanciato il browser per leggerne i risultati. Mentre i titoli delle notizie scorrono basta selezionarle per leggere l'articolo. La fonte è la Reuters, una delle più famose agenzie di stampa del mondo. Il programma ed il servizio sono gratuiti, anche se per ora (primi di settembre) esiste solo la versione per Windows 95 ed NT.

La IBM (fig .4) ha fatto le cose più in grande: innanzitutto la versione attuale supporta Windows, Windows 95/NT, i principali sistemi UNIX; poi il servizio

Fig. 6 - Questo è quello che manca al concorrente: un bel riepilogo, tutto assieme delle notizie. In effetti non manca, è su http://my.yahoo.com, ma così è ben più comodo.

tutti i Comuni lo facessero avremmo un servizio di informazione alberghiera eccezionale. Un consiglio: molte delle informazioni dovrebbero essere in inglese perché questa risorsa potrebbe essere preziosa anche dall'estero. Oggi sono uscito dalla telematica e sono entrato nella realtà: oggi mia moglie ha chiesto la carta d'identità, a Roma alla XVIII Circoscrizione, e per farlo ha riempito un modulo per l'autocertificazione. Sulla guida dell'amministrazione comunale "Roma per Te" alla voce carta d'identità leggo "il rilascio è in genere immediato" e le hanno detto... torni tra 20 giorni! Questa è la distanza tra la telematica e la realtà, ed è per questo che la "presa di responsabilità" è indispensabile. Ha dovuto pregare l'impiegata e chissà, forse ce la faranno in 10, altrimenti non partiamo, niente Bill Gates a Parigi.

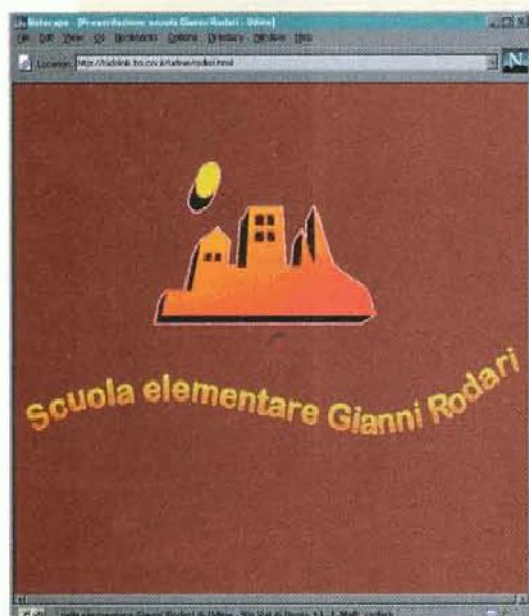
Fig.9

Le URLa del mese

Avete risposto, e vi ringrazio, in moltissimi alla richiesta di URL. Grazie, un panorama italiano nel quale ho scelto, e mi dispiace per coloro che non hanno trovato spazio, magari per un prossimo articolo. Continuate, vorrei mantenere questo specchio italiano del Web, ma ho bisogno delle vostre segnalazioni, non solo degli autori, ma anche di chi naviga e magari vede un sito in italiano che lo colpisce. Eolo Perfido mi ha segnalato la URL http://www.overgame.pair.com (fig. 10) dove ho trovato una rivista di giochi on-line. La consultazione è gratuita, gli autori dicono che si vede al meglio in 800x600 true color ma va bene per tutti i curiosi ad ogni risoluzione. A voi il giudizio. A me è sembrata una buona idea, ben realizzata.
La seconda proposta del mese è arrivata da una scuola elementare, da Francesco Pittoni alla URL http://kidslink.bo.cnr.it/udine/rodari.html (fig. 11). Quando ho letto il messaggio mi sono detto "Che ci fa su Internet una scuola elementare?", e poi ho capito: la scuola! Insomma si mettono in comune esperienze, si danno suggerimenti, si usa la rete per fare una didattica nuova, ai maestri ed ai piccoli.
Certo qualcuno di voi leggendo quello che si fa vorrebbe trasferire i propri figli ad Udine, ma magari stampare le pagine e portarle alla scuola dei propri figli può essere utile lo stesso.
In ultimo una URL che viene da un lettore svizzero, Fabio Pifferini, che segnala la maratona del Ticino http://www. tourismticino. ch/ text/maratona.html (fig. 12). Chi ha detto che navigare sulla rete non fa fare ginnastica? Ecco un buon esempio di comunicazione di un evento sportivo; sarebbe bello se ogni evento, dal piccolo al grande, dalla sagra di paese al gala internazionale avesse un sito, saremmo meno "provinciali" tutti. Poi nascerebbe il sito dei siti, il sito degli eventi e... altro che TV!
Per ora siamo alla fine dello spazio del mese, continuate ad inviare, datemi i due mesi canonici di tempo, ma abbiate fiducia, sono sempre più veloce di Magellan!

Fig. 10

Fig. 12

Fig. 11

permette di scegliere tra le fonti di informazione (figg. 5-6) direttamente dalla configurazione locale; il tutto sembra più "amichevole". Mancano gli altri servizi, la borsa, le previsioni del tempo, ma invece si può avere una finestra dove avere il sunto delle notizie arrivate, tutte assieme. Non esiste la possibilità di mettere il tutto nella barra delle applicazioni come per Yahoo, ma la configurazione è semplice ed immediata, direi senz'altro migliore. Il rovescio della medaglia è costituito da una pubblicità obbligatoria che arriva continuamente, ogni pochi secondi, e la cosa non è fastidiosa come tale ma soprattutto per il traffico che genera sulla linea, non voluto e qualche volta pagato!

Insomma, dalla parte di Yahoo: bella la grafica, dimensioni della finestra e dei caratteri regolabili, altri servizi, possibilità di lavorare sullo screen saver e nella barra delle applicazioni. Dalla parte di IBM migliore la configurabilità e le fonti di informazione. A voi la scelta, come sempre; ma tenete d'occhio queste applicazioni, ne usciranno sempre migliori. MC